



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Hugo Peixoto Coelho

dezembro | 2013



Instituto Politécnico da Guarda
Escola Superior de Educação Comunicação e
Desporto

Relatório de Estágio

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Hugo Peixoto Coelho

Guarda | dezembro 2013

Ficha de Identificação

Nome do estagiário: Hugo Peixoto Coelho

Número de aluno: 5007280

Escola: Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto

Curso: Licenciatura em Comunicação Multimédia

Orientadora: Doutora Regina Gouveia

Instituição Promotora: Porto Canal

Morada: Rua Joaquim Pinto nº78, Senhora da Hora, Matosinhos

Duração do estágio: Três meses (2 de setembro a 2 de dezembro, de 2013)

Supervisor: Dra. Vanda Balieiro

Agradecimentos

Como última etapa do primeiro ciclo de estudos do ensino superior, o estágio curricular assume particular importância na consolidação de saberes e na definição de metas e estratégias a adotar futuramente no contexto profissional. Dada esta sua relevância, mais importante se afigura agradecer a todos aqueles que desempenharam, direta ou indiretamente, um papel fundamental ao longo do percurso académico.

À cidade da Guarda, a maneira como fui recebido, as experiências proporcionadas e as pessoas com quem tive oportunidade de privar, bem como os ensinamentos que resultaram de todas as vivências.

À Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, e ao corpo docente do curso de Comunicação Multimédia em particular, a qualidade da formação que estou prestes a concluir com o concretizar desta etapa.

Ao Porto Canal e a André Arantes, enquanto tutor e, muitas vezes, professor, os conhecimentos que pude adquirir, aplicar e consolidar, traves mestras que deverão também pautar o meu futuro como profissional.

À Professora Regina Gouveia, enquanto docente, diretora de curso e orientadora de estágio, os três anos de acompanhamento e interesse pelo desenvolvimento de futuros profissionais e cidadãos exemplares.

A toda a estrutura familiar e ao círculo restrito de pessoas que motivou e possibilitou o sucesso desta caminhada, tornando sempre mais fácil atingir o sucesso.

Por fim, Raquel, por todo o apoio, força e dedicação.

Resumo

Este relatório é referente ao estágio curricular decorrido no Porto Canal, no âmbito do programa curricular da Licenciatura em Comunicação Multimédia, ministrado na Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda. Com a duração três meses, o estágio foi realizado de dois de setembro a dois de dezembro.

O estágio serviu como processo de consolidação dos conhecimentos obtidos durante a frequência das unidades curriculares que compõem os três anos de formação, quer na área da comunicação, quer na área da multimédia. No decorrer do mesmo, colaborei na secção de edição online, onde editei e produzi notícias para o site do Canal, produzi infografias para a secção de infografismo do site, até então inexistente, e editei conteúdos de vídeo para posterior alojamento online.

O relatório é composto por dois capítulos. O primeiro apresenta a entidade de acolhimento, quanto à forma jurídica, historial, missão, estrutura orgânica, localização e espaços, cobertura noticiosa regional, imagem e comunicação. No segundo capítulo, centrado no estágio propriamente dito, são descritas as atividades realizadas enquanto estagiário no Canal, devidamente enquadradas a nível teórico e técnico. Termina com uma reflexão final, focada na pertinência da formação em Comunicação Multimédia no mundo empresarial, bem como do estágio enquanto parte integrante do plano de estudos da Licenciatura.

Palavras Chave: Web Jornalismo; Design Gráfico; Televisão; Media Regional

Índice Geral

Introdução	XII
Capítulo 1 - O Porto Canal.....	14
1.1 Historial.....	15
1.2 Forma Jurídica.....	16
1.3 Estrutura Orgânica	17
1.4 Localização	19
1.5 Ergonomia.....	20
1.6 Distribuição de Meios	21
1.7 Atividade	23
1.8 Imagem	24
1.8.1 Marca	25
1.8.2 Logótipo.....	25
1.8.3 Slogan	27
1.9 Comunicação.....	27
1.9.1 Comunicação Interna	27
1.9.2 Comunicação Externa.....	28
1.10 Análise SWOT	28
Capítulo 2 - O Estágio	31
2.1 Plano de Estágio.....	32
2.1.1 Objetivos Específicos.....	33
2.1.2 Atividades a Desenvolver	33

2.3 Caraterização do Site.....	34
2.4 Grelha de Programação	36
2.5 Atividades Realizadas.....	36
2.5.1 <i>BackOffice</i> e Edição Online Porto Canal.....	36
2.5.2 <i>Feed</i> Lusa	38
2.5.3 Infografismo.....	39
2.5.4 Especial Autárquicas	45
2.5.5 Produção de Textos Jornalísticos	45
2.5.6 Telejornal de Sexta e Segunda.....	46
Reflexão Final	47
Bibliografia	50
Anexos	52

Índice de Figuras

Figura 1 - Organigrama Porto Canal	18
Figura 2 - Localização Porto Canal	20
Figura 3 - Delegações do Porto Canal	23
Figura 4 - Logótipo do Porto Canal	26
Figura 5 - Menu de Noticias	35
Figura 6 - Homepage do <i>Site</i>	35
Gráfico 1 - Participação dos Acionistas do Porto Canal	18

Lista de Siglas

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network

BPN – Banco Português de Negócios

CMTV – Correio da Manhã TV

ERC – Entidade Reguladora da Comunicação

FCP – Futebol Clube do Porto

JN – Jornal de Notícias

IPG – Instituto Politécnico da Guarda

ISMAI – Instituto Superior da Maia

LMERT – Lesões Muscoesqueléticas Relacionadas com o Trabalho

LNEC – Laboratório Nacional de Engenharia Civil

OE – Orçamento de Estado

RGB – Red Green Blue

RTP – Radiotelevisão Portuguesa

S.A. – Sociedade Anónima

SWOT – Strengths Weaknesses Opportunities Threats

TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação

TVI – Televisão Independente

UTAD – Universidade de Trás os Montes e Alto Douro

WWW – World Wide Web

Glossário de Termos Técnicos

B

-BackOffice; plataforma utilizada na gestão de *sites*.

F

-Feed; forma de comunicação onde existe atualização permanente da informação.

-Flash; ferramenta para a produção de animação e interatividade frequentemente utilizada para a produção destes conteúdos, quando direcionados para a *web*.

H

Hipertexto; forma de texto que permite ao utilizador navegar entre diferentes blocos de texto.

HTML5; Linguagem de programação para a *web*.

I

Infografia; recurso gráfico para apresentação de informação que combina o recurso a texto e imagem.

Internet; Rede formada por ligações entre servidores, que permite a transmissão de informação

L

Layout; esquema de distribuição dos elementos ao longo de um documento

LiveU; tecnologia utilizada para a transmissão de audiovisual via rede 4G.

M

Media; conjunto de organizações que compõe a comunicação social.

Multimédia; manipulação/combinção de vários suportes digitais, sejam eles visuais ou sonoros.

O

Online; do inglês on-line, significa estar em linha, estar presente na rede.

R

RGB; sistema de cores aditivas formadas pela combinação de vermelho, verde e azul.

S

Share; valor comparativo que permite às televisões quantificar a audiência que atingiram.

Site; sítio, portal, página online.

T

Timing; expressão inglesa que transmite a noção de executar algo no tempo ideal

W

Web; palavra que define o conjunto de ligações entre servidores que formam a rede denominada por Internet.



Introdução

Na sociedade moderna, o jornalismo em pouco representa o conceito romântico do papel e caneta a ele antes associado. Numa era onde a concorrência do mercado exige ao trabalhador ser mais do que meramente um executor de tarefas, o jornalista é agora aquele que constrói e relata factos, mas, também, aquele que consegue moldar o áudio, a imagem e o vídeo de forma a completar a sua história, tornando-se num verdadeiro profissional da multimédia. Mas não só o conceito de jornalista se encontra numa fase de mudança sem precedentes. Atualmente, os *media* sofrem aquela que, provavelmente, se trata da maior revolução ao nível do suporte na história do jornalismo. As cadeias de televisão produzem conteúdos dedicados exclusivamente ao suporte *online*, os jornais migram para os suportes digitais, tendo alguns deles criado mesmo canais de televisão próprios. Os grupos proprietários destes órgãos tornam-se mega estruturas de *media*, uma vez que possuem desde jornais impressos a estações de rádio e canais de televisão. Na génese desta revolução, encontra-se a internet, que possibilita que os *media* tentem encontrar uma forma de se adaptarem às necessidades de um público que cada vez mais procura a informação diretamente na fonte, ao invés de recorrer aos meios tradicionais de difusão.

Neste contexto de convergência mediática, surgiu o estágio que realizei na edição *online* do Porto Canal (Anexo 1). Como finalista do curso de Comunicação Multimédia, considerei essencial entender qual o verdadeiro papel que um profissional desta área deverá (ou poderá) desempenhar no mundo dos *media*. Estando a produção e edição de conteúdos *online* numa fase ainda de expansão, impulsionada pela evolução das TIC, o estágio constituiu uma experiência de importância inquestionável, como primeira inserção no mercado de trabalho e, sobretudo, como antevisão de um possível percurso profissional.

O relatório que agora se apresenta divide-se em dois capítulos, sendo o primeiro de contextualização, apresentando a entidade de acolhimento, o Porto Canal, em termos de historial, forma jurídica, estrutura orgânica, localização, atividade, imagem e comunicação. Termina com uma breve análise SWOT de um projeto mediático e de negócio em fase de reestruturação.

O segundo capítulo centra-se no estágio propriamente dito, abordando os projetos que desenvolvi ou nos quais cooperei, devidamente contextualizados a nível teórico com base em bibliografia atualizada. O relatório é finalizado com uma reflexão

sobre o meu desempenho enquanto estagiário, as oportunidades que me foram proporcionadas pelo Porto Canal e a importância que o profissional da Comunicação Multimédia pode ter nos *media* atuais.



Capítulo 1



O Porto Canal

A 29 de setembro de 2006, o Porto Canal inicia a sua emissão, com autorização para o início de atividade concedido pela ERC a 28 de Setembro de 2006. “*O Conselho Regulador, reunido em 28 de Setembro de 2006, aprovou o pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão por cabo e satélite de um serviço de programas temático de cobertura nacional e acesso não condicionado denominado PORTO CANAL.*”¹.

1.1 Historial

A 29 de Setembro de 2006, é iniciada a emissão do Porto Canal. Com especial enfoque nas notícias relacionadas com o grande Porto, o canal distingue-se das restantes estações televisivas regionais pela sua difusão ao longo de todo o território nacional através dos operadores de televisão por cabo. Este modelo prolonga-se por três anos até 2009, ano em que os conteúdos do canal se alargam a toda a região do Norte de Portugal. Em 2010, são inauguradas as delegações de Arcos de Valdevez, Mirandela e Penafiel, a primeira etapa de um projeto que envolve atualmente um total de sete delegações, alargando-se, assim, a cobertura informativa do canal, através de um passo que permite uma maior proximidade entre o jornalista e a população.

Em 2012, o Canal sofre a maior mudança estrutural desde a sua fundação. O FCP torna-se acionista maioritário do canal e todo o conteúdo desportivo por este transmitido passa a ser exclusivamente dedicado ao emblema azul e branco. É nomeado para a direção do canal Júlio Magalhães, que deixa a direção de informação da TVI, e Domingos de Andrade, anteriormente diretor-adjunto da agência Lusa e diretor de redação do JN, assume o cargo de diretor de conteúdos e de programação.

Paralelamente ao percurso estrutural do Porto Canal enquanto empresa, é de salientar a implementação de novas tecnologias na captação e transmissão de audiovisual, tratando-se da primeira estação nacional a adotar o sistema LiveU. Este equipamento permite a captação e transmissão de áudio e vídeo em direto com recurso a apenas uma mochila, onde se encontra acondicionado todo o material necessário à transmissão. Revolucionaria a indústria do audiovisual e dos *media*, ao otimizar os orçamentos e os

¹ <http://www.erc.pt/pt/noticias/porto-canal>

recursos humanos necessários à realização de emissões em direto.

No final de 2013, o Canal atravessa uma fase de reestruturação ao nível dos recursos humanos, devido ao encerramento total ou parcial de algumas delegações. Estas mudanças prendem-se com alterações nos contratos estabelecidos entre as câmaras municipais, principais financiadoras destas estruturas (delegações), e o Porto Canal. A 12 de Novembro, é apresentada ao público a nova imagem e a nova grelha de conteúdos, através de uma emissão especial assegurada por Maria Cerqueira Gomes. Novos conteúdos, novas abordagens e novas caras. É desta maneira que o Porto Canal enfrenta o futuro próximo, conquistando um espaço ainda maior junto dos espectadores, não só do Norte, mas de todo o território nacional.

1.2 Forma Jurídica

O Porto Canal é detido pelo consórcio “*AVENIDA DOS ALIADOS SOCIEDADE DE COMUNICAÇÃO SA*”. Uma sociedade anónima trata-se de uma sociedade de responsabilidade limitada. Esta característica deve-se ao facto de a responsabilidade de cada sócio ser limitada ao número de ações que este subescreve. Para além do número de sócios, que neste caso deve ser superior a cinco ou então apenas um desde que seja uma sociedade, o capital social é uma das principais características de uma sociedade anónima e não pode ser inferior a 50.000€.

O Porto Canal/Avenida dos Aliados S.A. é composto pelo FC Porto e MediaLuso. A MediaLuso trata-se de uma empresa pertencente ao grupo de comunicação social e conteúdos televisivos espanhol, MediaPro. Antes da aquisição do canal por parte do FC Porto, em 2012, era este o principal acionista do Canal. Atualmente, a MediaLuso continua a ser a principal responsável pela produção dos conteúdos do Porto Canal, apesar de se ter tornado acionista minoritário.

Participação dos acionistas do Porto Canal

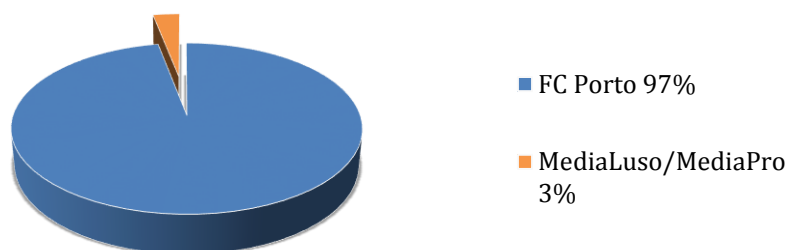


Gráfico 1 - Participação dos acionistas do Porto Canal

Fonte: Elaborado pelo Estagiário

1.3 Estrutura Orgânica

Horizontalmente, o Porto Canal divide-se em dois setores: Informação e Programação; Conteúdos FC Porto. Em termos verticais, é representado através de uma estrutura hierárquica de cinco níveis, claramente definida. A troca de informação entre o topo e as bases da hierarquia ocorre com facilidade e de forma clara, algo indispensável ao funcionamento diário da estação e, em particular, da secção de informação. A necessidade de uma comunicação célere e funcional deve-se à articulação que deverá existir entre a redação sediada em Matosinhos e as restantes delegações.

O cargo de Diretor Geral é ocupado pelo jornalista e escritor, Júlio Magalhães. Nascido a 7 de Fevereiro de 1963, Júlio Magalhães foi jornalista do Comércio do Porto e do semanário O Liberal. Entra no jornalismo televisivo através da RTP e, em 2009, assume o cargo de Diretor de Informação da TVI, a convite de José Eduardo Moniz. Deixa este lugar em 2012, sendo apresentado por Jorge Nuno Pinto da Costa como Diretor Geral do Porto Canal.

O cargo de Diretor de Informação e Programação é assegurado por Domingos de Andrade, jornalista e professor universitário, ex-diretor adjunto de informação na agência Lusa e antigo chefe de redação do Jornal de Notícias.

Rui Cerqueira, ex-diretor de comunicação do FC Porto, assume a

responsabilidade da direção de conteúdos FC Porto.

A coordenação de programas fica a cargo de Mafalda Campos. Vanda Balieiro, ex-jornalista da NTV, assume o cargo de Chefe de Redação.

A coordenação de produção é da responsabilidade de Fátima Ribeiro de Almeida.

A edição de informação é constituída por uma equipa de quatro jornalistas, sendo eles Ana Rita Basto, Cláudia Fonseca, Pedro Carvalho da Silva e Carla Ascensão. A edição Edição Online é da responsabilidade de André Arantes, que atualmente acumula todas as funções relacionadas com esta secção.

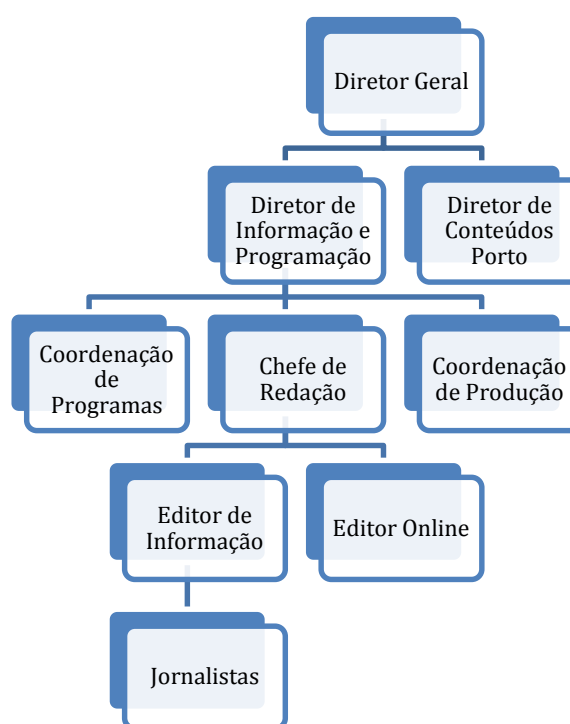


Figura 1 - Organigrama Porto Canal

Fonte: Elaborado pelo estagiário

Operacionalmente, a estrutura da empresa encontra-se dividida em duas secções: a secção Porto Canal e a secção MediaLuso. A cargo da primeira fica toda a parte referente a informação e programação, incluindo os conteúdos FC Porto. A MediaLuso, também uma empresa, colabora nos aspetos técnicos da produção, sendo da sua responsabilidade os operadores de câmara, técnicos de áudio e de produção.

1.4 Localização

A Sede do Porto Canal e o seu estúdio principal situam-se na freguesia da Senhora da Hora, em Matosinhos, na rua Joaquim Pinto, n.º 78. Ao contrário dos grandes órgãos de comunicação social (à exceção do JN), que fixam a sua sede em Lisboa, o Porto Canal definiu a sua localização em consonância com a área de que faz a cobertura noticiosa.

O posicionamento na periferia do Grande Porto torna possível a uma equipa de reportagem deslocar-se de carro, da sede até à Av. dos Aliados (ponto de referência em relação ao centro da cidade do Porto), em aproximadamente 18 minutos, exatamente o mesmo tempo que demora um funcionário que recorra ao metropolitano para se deslocar até ao mesmo local². Para além da proximidade e fácil acesso aos transportes públicos, a sede do Porto Canal encontra-se nas imediações dos principais acessos rodoviários do Grande Porto.

No desempenho das atividades jornalísticas, quanto menor for o tempo de chegada ao local do acontecimento, mais rapidamente será recolhida a informação. Este fator é fulcral para a qualidade e pertinência da informação, e todos estes fatores influenciam a viabilidade da escolha do local onde fica instalada uma redação.

²<https://maps.google.pt/>

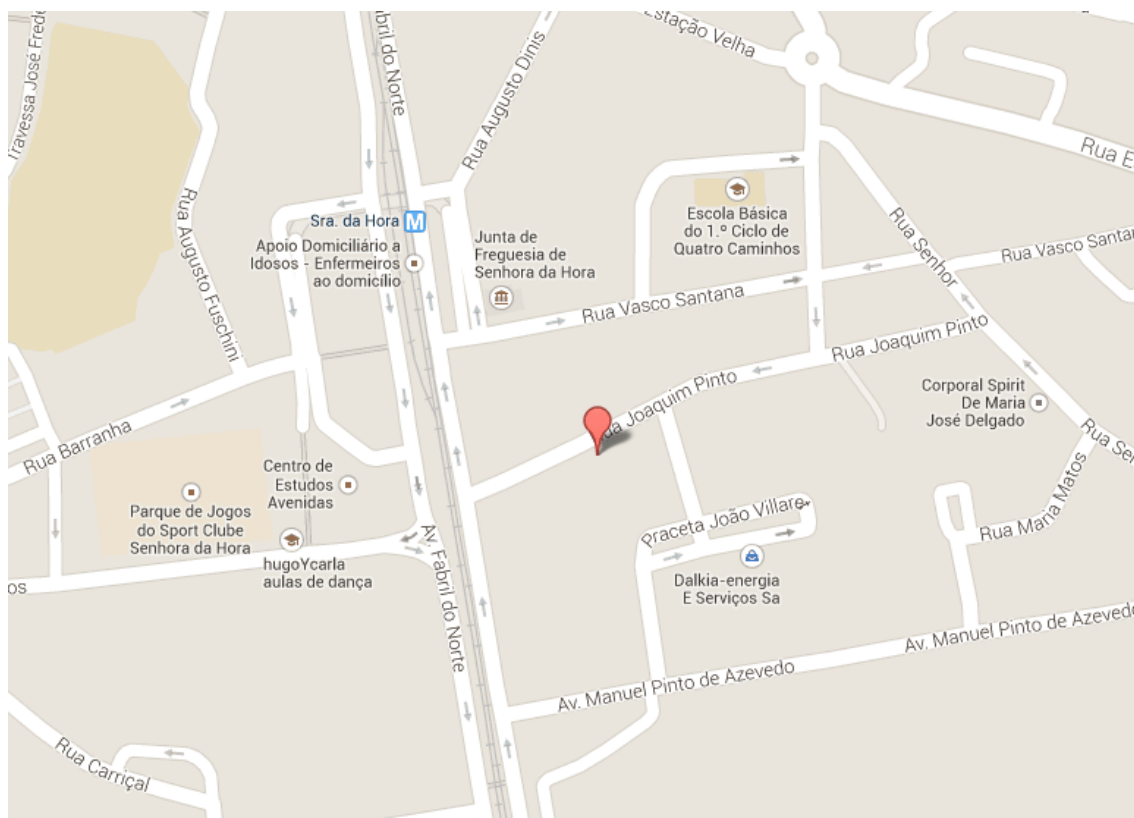


Figura 2 - Localização Porto Canal

Fonte: <https://maps.google.pt/> (acedido em 09/01/2014)

1.5 Ergonomia

O termo “ergonomia” deriva do grego “ergon”, que significa trabalho e “nomos”, que significa regra/leis. Desta forma o espaço de trabalho deve estar adaptado às funções que nele são desempenhadas. A ergonomia como disciplina surge durante a Segunda Guerra Mundial. Durante este período histórico ocorreram progressos tecnológicos significativos. No entanto, ficou claro, que para tirar partido de todas as potencialidades da máquina, esta teria que estar adaptada ao homem, uma vez que se na sua conceção não estivessem consideradas as capacidades humanas estas nunca iriam funcionar na sua plenitude. Desta forma, ficou também claro que era necessário adaptar o espaço ao trabalho que nele iria ser realizado, tendo em conta as características antropométricas, biomecânicas, fisiológicas e psicológicas. Como refere o 1º parágrafo do Decreto-Lei nº 441/91: “A realização pessoal e profissional encontra na qualidade de

vida do trabalho, particularmente a que é favorecida pelas condições de segurança, higiene e saúde, uma matriz fundamental para o seu desenvolvimento³”.

A sede do Porto Canal engloba uma redação, dividida em dois pisos, encontrando-se, no primeiro, os jornalistas e, no segundo, os editores, coordenadores e responsáveis de produção. Para além disto, o edifício engloba ainda um estúdio, onde são realizados programas como os blocos informativos e os programas de entretenimento “PortoAlive!”, “Territórios”, “Jornal Autárquicas” ou o “45 minutos à Porto”.

O espaço de trabalho dos jornalistas, editores, produtores e coordenadores é caracterizado por ser um espaço amplo, sensação conseguida pelo recurso ao branco, nas paredes e no teto, como se se tratasse de uma área de maior dimensão, com um pé direito mais alto e de maior comprimento de largura. O branco conota, ainda, os sentidos de ordem, pureza, limpeza, calma e harmonia.

O chão encontra-se alcatifado em tons de azul. O material utilizado traduz-se numa sensação de aconchego, de forma a que o espaço de trabalho se assemelhe também a uma zona de conforto. Esta característica é determinante para o trabalho e para o estado de espírito dos colaboradores, como fator indireto de motivação à produtividade.

Por outro lado, a alcatifa é adequada ao uso do computador durante longos períodos de tempo, havendo cadeiras ajustáveis e acolchoadas. O material informático está disposto de forma a que o teclado esteja ao mesmo nível que o rato, evitando desníveis na postura do trabalhador. Desta maneira, é reduzido o risco de lesões lombares, causadas por posturas indevidas. Estas lesões são definidas pela Direção Geral de Saúde como LMERT ou Lesões Muscoesqueléticas Relacionadas com o Trabalho⁴.

1.6 Distribuição de Meios

A mobilidade é um aspeto essencial para o bom funcionamento das equipas de reportagem e para o sucesso no cumprimento das tarefas que compõem a agenda diária atribuída a cada uma delas. Esta necessidade de deslocação das equipas ao longo do

³ http://www.dgert.mtss.gov.pt/Arquivo/seguranca/doc_seguranca/dec_lei_441_1991_14_11.pdf

⁴ Programa Nacional Contra as Doenças Reumáticas, Direção Geral de Saúde, 2008

território envolve custos elevados, e financeiramente insuportáveis, caso todas ficassem alojadas na sede do canal.

Para diminuir tais custos, a estação televisiva possui várias delegações distribuídas ao longo do Norte de Portugal. Estas estruturas foram criadas em parceria com as Câmaras Municipais, que surgem como cofinanciadoras do projeto em que se inserem as delegações. Em contrapartida, o Porto Canal fica obrigado a produzir um determinado número de peças jornalísticas, acordado através de um contrato. Esta cooperação é em todos os sentidos positivo para ambas as partes. O Canal consegue, assim, reduzir o custo associado às várias delegações, às equipas que nelas trabalham, e os municípios encontram uma forma de publicitar as suas atividades e de dinamizar os seus departamentos de comunicação.

Do ponto de vista jornalístico, a maior proximidade da população reflete-se na qualidade da informação e na interação com a mesma. Atualmente, o Canal possui sete delegações: Alto Minho, Braga, Trás-os-Montes, Guimarães, Grande Porto, Tâmega e Sousa, Douro, Entre-Douro e Vouga e Aveiro. O único distrito do Norte do país que não é coberto por nenhuma delegação em específico é o distrito da Guarda.



Figura 3 - Delegações do Porto Canal

Fonte: Arquivo Porto Canal

1.7 Atividade

Numa primeira fase do projeto, o Porto Canal apresentava uma grelha de conteúdos apenas direcionada para o Grande Porto. Este modelo de ação é abandonado em 2009, altura em que se inicia uma aposta na cobertura de todo o território do Norte do país, à exceção do distrito da Guarda, onde não possui nenhuma delegação. Este alargamento do foco de ação tem por base um princípio regionalista um pouco incomum na sociedade portuguesa.

Enquanto países como Espanha ou Itália se encontram divididos em grandes regiões, com governos próprios, em Portugal esta tendência perdeu-se, tendo ocorrido uma homogeneização da cultura. De acordo com Teixeira Fernandes “Enquanto as autarquias vêm reforçada a sua autonomia, não há tradição em Portugal a favor da

regionalização, e, em consequência, não tem surgido qualquer movimento regionalista” (1993: 37). O Porto Canal surge, então, como um movimento contra corrente, afirmando-se como uma voz do Norte.

Em 2013, é dada especial atenção às eleições autárquicas. São realizados vários debates com os candidatos aos principais municípios da região Norte. Esta cobertura eleva as audiências do Porto Canal a níveis assinaláveis de *share* entre os canais por cabo. Esta é a prova de que existe espaço e público para os *media* regionais e que não é a delimitação do raio de ação que condiciona a qualidade da informação e dos conteúdos produzidos.

Nesse sentido, João Carlos Correia afirma que “se existe uma perenidade de géneros e marcas estilísticas que fazem com que o jornalismo seja sempre e em toda a parte jornalismo, essas marcas e estilos implicam um reconhecimento da realidade profunda em que esses projetos jornalísticos se movem” (1998: 57).

1.8 Imagem

O conceito de imagem corresponde ao conceito visual ou representação que atribuímos a um objeto. A imagem institucional é, então, o conjunto ou a soma das imagens integradas que a empresa projeta para o exterior, posição defendida por Justo Villafañe⁵. Desta maneira e de acordo com o autor anteriormente referido a imagem de uma empresa corresponde à perceção que o público tem da mesma, sendo esta transmitida através dos conteúdos e serviços a ela associados. A imagem trata-se de um reflexo da mensagem, que a empresa pretende transmitir, tornando-se numa mais-valia para a instituição. Esta imagem vai influenciar a escolha do consumidor, a decisão final e potenciar os lucros ou objetivos da empresa. Esta imagem é construída com base em diferentes elementos, sendo eles: humano, físico, psicossociológico, qualidade, identidade visual, campanhas de comunicação, patrocínios e mecenato. O Porto Canal assim como muitos outros órgãos de comunicação social e media, projeta a sua imagem através de patrocínios e parcerias com empresas ou eventos. Assim, ao ver a imagem do

⁵ “a imagem de uma empresa é o resultado que um amplo conjunto de comportamentos próprios produzem no espírito dos seus públicos” (VILLAFANE, 1998;28)

canal associada a um determinado evento o telespectador consegue depreender qual o espírito e qual a mensagem a que o canal se associa, mesmo que tal aconteça de forma subliminar.

1.8.1 Marca

A marca vai muito para além de uma mera representação gráfica. Este elemento engloba todo o património intelectual da empresa, englobando a sua imagem, produtos e serviços. A principal função da marca enquanto conceito é servir como fator diferenciador no mercado. É através do património que esta engloba que o consumidor se vai identificar com o produto, atribuindo-lhe características previamente assimiladas através do contacto que já teve com a mesma. Esta representação abre uma nova porta para a identificação do público com a empresa. No Porto Canal facilmente se verifica a importância e o relevo que a marca construída ao longo de sete anos traduz. Sendo frequente a interação e a congratulação por parte do público do público, através de chamadas, mensagens de texto ou emails.

1.8.2 Logótipo

O logótipo é uma representação gráfica acompanhada ou não por um texto que sintetiza a empresa, a sua ação e os seus princípios, este pode ser sobreposto ou não à marca. A importância do logo reside na sua função de divulgação e de memorização da empresa junto do consumidor. Quanto mais “icónico” este for maior será a identificação que o consumidor irá ter com a marca. Esta característica faz do logótipo um elemento essencial ao sucesso junto do consumidor.

Enquanto símbolo, o logótipo serve de montra para a identidade da empresa e sintetiza a sua atividade, servindo como elemento de distinção perante as outras empresas que perfazem o mercado concorrencial. Para que um logótipo desempenhe a sua função com sucesso deve ser de interpretação fácil permitindo o reconhecimento imediato, deve possuir uma aparência gráfica clara de forma a que a compreensão do seu significado seja fácil de memorizar. Por fim, o logótipo deve ser de fácil de associar

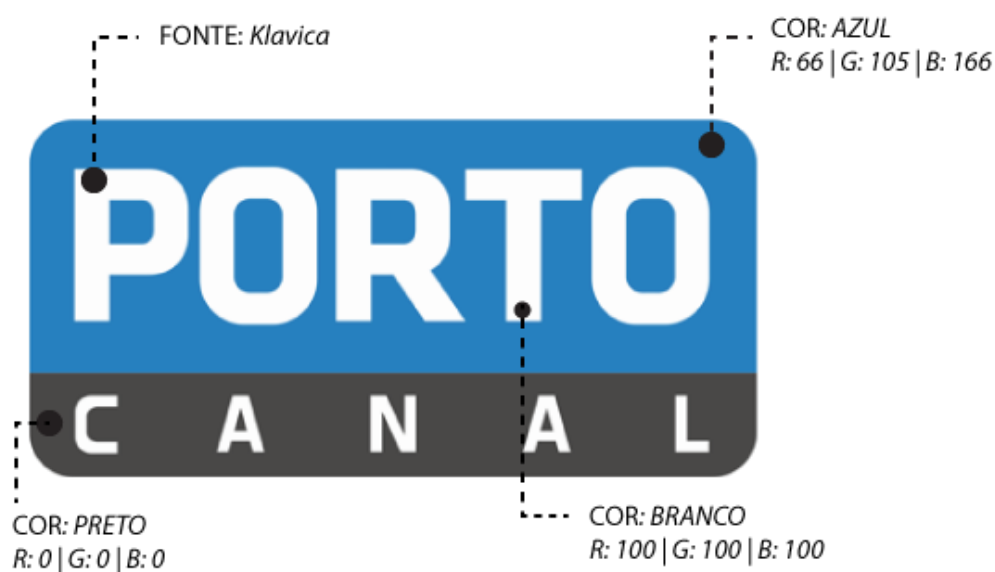
com a empresa que representa.



Figura 4 - Logótipo do Porto Canal

Fonte: Arquivo Porto Canal

O logo do canal é construído com base na fonte *Klavica* e consiste na palavra “Porto” em maiúsculas sobre um fundo azul e a palavra “Canal” também a maiúsculas sob um fundo preto, dando-se maior relevo ao retângulo onde aparece a inscrição “Porto”. A cor azul utilizada, como elemento gráfico escolhido para o fundo identifica-se com a cidade do Porto como elemento que remete para o clube da cidade, para o rio Douro, principal elemento da zona ribeira do Porto, assim como para o mar que banha a cidade. O recurso à cor preta como fundo que cobre a palavra “Canal” remete o observador para uma postura sóbria, isenta e séria com a qual o Porto Canal se apresenta ao seu público.



1.8.3 Slogan

O *slogan* trata-se de uma frase curta, normalmente constituída por não mais do que cinco palavras e que sintetiza o espírito e a missão da instituição. Historicamente o slogan, palavra proveniente do gaélico “*sluagh-ghaim*”, era a expressão que denominava o grito de guerra que incitava os guerreiros celtas à vitória⁶. Com o passar do tempo e com as grandes mudanças sociais atravessadas pela humanidade, o slogan tornou-se num apelo à compra. No campo da identidade institucional, o *slogan* deve ser pensado como um elemento a longo prazo, assim como o logótipo. O slogan é um complemento à representação gráfica da empresa que tem como função impulsionar o alcance da representação gráfica através de uma frase icónica que sintetize a atitude da empresa.

Apesar de não existir um slogan institucionalmente definido ou que acompanhe a presença do logo, a frase que marca o Porto Canal é:

“O norte começa aqui”

1.9 Comunicação

A comunicação consiste no ato da troca de informação entre um emissor e um receptor, independentemente do meio utilizado. Este ato é essencial à sobrevivência humana assim como ao sucesso empresarial. Para tal acontecer com sucesso foram definidos modelos para comunicar com os públicos internos e externos, denominados por: comunicação interna e comunicação externa.

1.9.1 Comunicação Interna

A comunicação interna como o próprio nome indica é um instrumento para a comunicação entre os colaboradores da empresa. Ao contrário do que se possa pensar esta comunicação não deve estar apenas ao serviço das chefias mas sim de todos os

⁶ Beirão, Inácio; de Matos, Luís; Fernandes, Anabela; Nunes, Maria Isabel; Rasquilha, Luís; Vasconcelos, Paulo; (2008)

colaboradores independentemente da posição que ocupem na hierarquia da instituição. Este tipo de comunicação envolve o funcionário nos objetivos da empresa e serve como fator motivacional, capitalizando o valor humano em benefício da instituição.

A comunicação interna do Porto Canal enquanto instituição, seja ela horizontal, ascendente ou descendente, é feita através de e-mail, telefone e cara-a-cara. Numa instituição de pequena dimensão estrutural, a proximidade entre os colaboradores e chefias permite um maior envolvimento com a missão da empresa. Com um recurso a um nível de linguagem familiar é possível a comunicação entre colaboradores e chefias. Desta forma é criado um ambiente quase familiar onde qualquer elemento se sente uma peça chave e fundamental para o alcance dos resultados pretendidos.

1.9.2 Comunicação Externa

Na sociedade moderna a comunicação é um meio essencial à sobrevivência. No mundo empresarial o mesmo se aplica, a definição de uma estratégia de comunicação externa eficaz é fulcral para a identificação do público com o bem que esta produz. O investimento na divulgação do produto, do serviço e da missão da empresa é um investimento a longo prazo de rentabilidade inegável. Esta comunicação é estabelecida a partir do departamento de relações públicas e a definição da estratégia e do suporte da comunicação é da sua responsabilidade. No Porto Canal o responsável pelas relações externas do canal e do marketing é Miguel Vaqueiro. É a partir do departamento por ele chefiado que partem as estratégias de comunicação externa do Porto Canal. A evolução e crescimento do Canal ao longo dos últimos 3 anos permitem afirmar que a comunicação externa tem sido uma aposta de sucesso inegável.

1.10 Análise SWOT

A sigla SWOT significa: Strengths / Pontos Fortes, Weaknesses / Pontos Fracos, Opportunities / Oportunidades, Threats / Ameaças.

Podemos então depreender que a análise SWOT se trata de uma análise às

potencialidades e fraquezas de um objeto em estudo. Este modelo está assente no modelo de Harvard. Recorrendo a este modelo é possível retirar as conclusões necessárias para a elaboração de um plano estratégico da empresa. Num tecido empresarial desgastado pela crise económica e profundamente competitivo, a análise SWOT permite ao Porto Canal debruçar-se sobre si mesmo e analisar qual a sua margem de crescimento, as falhas a colmatar e que estratégia adotar.⁷

Pontos Fortes	Pontos Fracos
-Serviço presente em todas as operadoras de televisão por cabo	-Conteúdos dirigidos preferencialmente ao Norte do País
-Equipa jovem	-Repetição de Conteúdos
-Conteúdo desportivo exclusivamente dedicado ao FC Porto	-Falta de aposta na produção de conteúdos de entretenimento próprio
-Credibilização da instituição através da contratação de profissionais reconhecidos no meio dos media nacionais	-A ligação ao FC Porto como fator limitador de público

Oportunidades	Ameaças
-Produção de conteúdos multimédia direcionados para o site	-Tendência a ser confundido com um canal exclusivamente dedicado ao FC Porto
-Abertura a outras regiões do país	-A recente aposta da Benfica TV em na produção exclusiva a subscritores
	-A concorrência por parte da CM TV

Através de uma avaliação pessoal, depreendi como principais pontos fortes do

⁷ <http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=2344>

Porto Canal o facto de o serviço ser difundido por todas as operadoras de televisão por cabo, permitindo assim o alcance de uma audiência mais vasta, a média de idades dos elementos que compõem a equipa de trabalho, o que determina um maior dinamismo no desempenho dos projetos, a cobertura desportiva exclusivamente dedicada ao FC Porto, que desta forma cria uma fidelização com os adeptos do clube enquanto telespectadores, finalmente a credibilização e conquista de mercado através da contratação de profissionais reconhecidos, desde sempre que os rostos da televisão, desde apresentadores a pivots de telejornal, possuem fãs e simpatizantes, a sua contratação por parte do Canal, garante também um aumento das audiências.

Como pontos fracos é de salientar o conteúdo regional como fator limitador de público alvo, a repetição de conteúdos como característica que determina o desinteresse do telespectador e a consequente perda de audiências, a falta de aposta na produção de conteúdos de entretenimento próprios como elemento limitador ao crescimento do Canal e por fim, a ligação ao FC Porto como condição limitadora de público alvo.

As principais oportunidades de crescimento do Porto Canal prendem-se com a recente aposta na produção de conteúdos online e a recente aposta em programas direcionados a conteúdos de outras regiões, que se pode tornar num agente para a captação de novos públicos.

O fator ameaça é determinado por elementos como a ligação ao FC Porto, onde o sucesso do canal fica diretamente influenciado pelo sucesso desportivo do clube, a recente aposta da Benfica TV na produção dedicada unicamente a subscritores do serviço pode influenciar os adeptos do FC Porto a procurarem o mesmo tipo de serviço e por fim a recente aposta do jornal “Correio da Manhã” no canal CM TV cria um novo elemento de concorrência de mercado.



Capítulo 2

O estágio

O estágio consiste numa mais-valia para o plano curricular de qualquer formação, na medida em que o formando tem um contacto real com o quotidiano de uma empresa. Desta maneira, constitui uma experiência que apela a capacidades que só em ambiente laboral podem ser desenvolvidas.

O estágio curricular é um período de três meses de experiência profissional assente num protocolo estabelecido entre a entidade formadora, o Instituto Politécnico da Guarda, e a entidade promotora. O protocolo define as normas a que o estágio está sujeito e sobre as quais o desempenho do aluno vai ser avaliado. Este tipo de estágio visa complementar o plano de estudos do aluno, de forma a integrá-lo no meio laboral através da aplicação das competências adquiridas durante a sua formação. Num país onde o desemprego jovem se situa nos 36,5% (dados relativos a Outubro de 2013)⁸, é cada vez mais importante que os recém-formados se encontrem preparados para entrar no mercado de trabalho já com capacidade de resposta às necessidades do mesmo.

Como estagiário, a observação e a participação foram determinantes para a integração na equipa de trabalho. Numa primeira fase, expus os conhecimentos e competências técnicas que poderiam ser úteis no contexto a que me adaptava e, posteriormente, encarei com determinação e empenho os desafios que me foram propostos. Tal desiderato obrigou a aprofundar e a consolidar os saberes adquiridos durante a anterior formação curricular, quer nas ferramentas da área da multimédia, quer na produção de textos jornalísticos. *Timing* é o fator chave para o sucesso de um conteúdo jornalístico (informativo) e foi esta premissa que esteve na base do meu percurso no Porto Canal.

2.1 Plano de Estágio

O plano de estágio, elaborado pelo aluno e pelo supervisor na organização de acolhimento, deve corresponder a um consenso entre os objetivos que o aluno estabeleceu para o estágio e as necessidades que a entidade promotora pretende que o estagiário responda, durante o seu período do estágio.

⁸ http://economico.sapo.pt/noticias/desemprego-na-ocde-mantevese-nos-79-em-outubro_183371.html

2.1.1 Objetivos Específicos

Segundo o regulamento de estágio para o 1.º ciclo em Línguas e Relações Internacionais da UTAD, “A escola moderna será aquela que aprofundar melhor o binómio diploma/emprego e não aquela que viva fora dessa realidade essencial que é a da utilidade e aplicabilidade diretas do conhecimento académico no exercício de uma profissão”⁹. Foi com base nesta filosofia que se estabeleceram as principais diretrizes a seguir durante o estágio na redação do Porto Canal. Tendo em conta a formação obtida durante a frequência do 1.º ciclo em Comunicação Multimédia, foram definidos como principais objetivos para o estágio curricular colaborar na edição de notícias e na gestão de conteúdos online, conceber infografias e aplicar outras competências no âmbito da multimédia em função das necessidades internas.

2.1.2 Atividades a Desenvolver

Desde o primeiro contacto que mantive com a entidade promotora do estágio, ficou claro que este iria ser pautado pela experiência e pelo contacto. Ficou acordado entre ambas as partes (estagiários/orientadora e supervisor/entidade promotora) que seria da minha responsabilidade a produção de infografismo para o *site* (até aí inexistente), iria colaborar na gestão de conteúdos online, edição de notícias, seleção de notícias através do *feed* Lusa e conversão de vídeos para posterior alojamento no *site*.

Assim, tive oportunidade de explorar as duas áreas que compõem a minha formação académica (a Comunicação e a Multimédia) e pude compreender o quão determinante é para o sucesso profissional a polivalência e a adaptação ao meio. É de ressaltar a importância que estas atividades significaram na compreensão do papel da Comunicação Multimédia no jornalismo e nos media modernos. Num mundo cada vez mais competitivo, onde o jornalista domina muito mais do que a arte de relatar o acontecimento, é essencial o domínio das ferramentas de multimédia. Aquele que conseguir dominar a imagem, o áudio, o vídeo e, se possível, souber combiná-los com o

9

http://www.utad.pt/vPT/Area2/OutrasUnidades/GAIVA/estagios/Documents/Est%C3%A1gio%20LRE%202013_2014/Regulamento_Est%C3%A1gio_LRE_2013_2014.pdf

texto, possui todos os meios necessários para o sucesso profissional no mundo dos *media*.

Porque a ação deve ser precedida do conhecimento e da integração do/no contexto concreto (neste caso, o Porto Canal), um dos desafios iniciais, estipulado pela própria supervisora, consistiu em conhecer devidamente o site e a grelha de programação. Desta fase, resultaram as caracterizações que a seguir apresento.

2.3 Caracterização do *site*

O *site* encontra-se dividido em cinco principais categorias, assegurando, desta forma, uma melhor acessibilidade e navegabilidade por parte do utilizador. É esperado que o utilizador chegue até ao conteúdo que procura obedecendo à regra dos três cliques. Segundo Joshua Porter, “se o utilizador não encontrar aquilo que procura após três cliques, irá sentir-se frustrado e deixa o *site*”¹⁰. Daí a preocupação do autor do *site*, assim como do editor, em dispor os conteúdos de forma a que o utilizador se sinta familiarizado com a plataforma, mesmo que se trate da primeira vez que acede à mesma.

O *site* do Porto Canal é composto pelas secções de Notícias, Programas, Vídeos, Guia TV e FC Porto.

Dentro da Categoria de Notícias, é possível encontrar a informação que marca a atualidade. Esta encontra-se dividida nas subcategorias de Últimas, Norte, Política, Economia, Mundo, País e Desporto. É importante salientar que as notícias relacionadas com a atualidade do FC Porto são alojadas numa secção especialmente criada para esse efeito.

A secção de Programas é composta por espaços dedicados a cada um dos programas que compõem a grelha de emissão do canal. Dentro de cada um desses espaços, pode ser encontrada informação detalhada sobre o conteúdo do programa, a hora de emissão e qual o apresentador responsável pela emissão.

¹⁰Traduzido “If users can't find what they're looking for within three clicks, they're likely to get frustrated and leave the site.” de http://www.uie.com/articles/three_click_rule/

Na secção de Vídeos, encontram-se alojados os vídeos dos conteúdos exibidos pelo Canal. Aqui, é possível encontrar peças exibidas no Jornal e rúbricas de programas de entretenimento, assim como programas completos.

O Guia TV é uma secção dedicada exclusivamente à grelha de conteúdos que o Canal irá exibir durante a semana.

Na secção FC Porto, são apresentados todos os conteúdos relativos à atualidade do FC Porto. Estão presentes todas as modalidades desportivas, bem como *links* diretos para a página oficial do clube.



Figura 5 - Menu de Noticias

Fonte: www.portocanal.sapo.pt (acedido a 08/012014)



Figura 6 - Homepage do Site

Fonte: www.portocanal.sapo.pt (acedido a 17/12/2013)

2.4 Grelha de Programação

A 12 de novembro de 2013, o Porto Canal apresenta uma nova imagem, novos programas e uma mudança radical na grelha de programação, através de uma emissão especial conduzida por Maria Cerqueira Gomes.

A nova imagem do Canal é marcada por novos separadores, onde é de salientar o dinamismo e a simplicidade, para além de um rompimento com o código cromático associado à antiga imagem do Canal. Nesta nova fase, predomina o recurso ao roxo, ao azul claro e ao verde, por oposição às cores preta, branca e laranja, que caracterizavam os antigos separadores exibidos durante a emissão.

No entanto, é a programação que sofre a mudança mais significativa, com a aposta em novos conteúdos, novas caras e, conseqüentemente, novas abordagens aos temas a que o Canal se dedica. Definitivamente, este é um passo que marca o início de uma nova era nas emissões e na produção de conteúdos por parte do Porto Canal.

2.5 Atividades Realizadas

O estágio realizado não diferiu muito do plano inicialmente definido. Com efeito, o Porto Canal, como órgão de comunicação social em crescimento, proporcionou-me a oportunidade de explorar diversas competências, através da experiência. Desenvolvi infografismos sobre os mais variados temas, com recurso a pesquisas jornalísticas sobre as temáticas em que estes incidiam. Colaborei na emissão “Especial Autárquicas 2013”, divulgando dados *online* através do *site* e do Facebook do Porto Canal, bem como com a produção de imagem para a publicitação de debates promovidos pelo Canal. Este trabalho traduziu-se na produção de vinte infografias e de dez textos noticiosos para o *site*, além da edição de pequenos conteúdos em vídeo.

2.5.1 *BackOffice* e Edição Online Porto Canal

Os primórdios da Word Wide Web ou WWW remontam às décadas de 60/70, tendo surgido como consequência do poder que os *media* conquistaram. Os Estados

Unidos da América temiam um ataque por parte das forças soviéticas que tivesse como consequência a exposição de informação comprometedor e que dessa forma poderia enfraquecer a posição diplomática do país. Assim, é criada a ARPANET, uma rede que tinha como finalidade a troca de documentos de forma segura e sigilosa. Esta rede é apenas um pequeno passo para aquele que seria o mais poderoso veículo de informação à escala planetária, que se viria a tornar o maior fenómeno de massas do século XX. Seguindo vários processos de aperfeiçoamento, World Wide Web chega às massas em 1992, pelas mãos de Tim Berners-Lee, um cientista do CERN.

Em Portugal, o primeiro servidor de Web é instalado no LNEC. O primeiro domínio “.pt” registado por um órgão de comunicação social português pertence à RTP, registado em 1993¹¹. Desde então, a internet assume uma dimensão e uma importância, de tal ordem que se tornou imprescindível ao quotidiano da sociedade moderna. É absolutamente impensável idealizar um órgão de comunicação social que não esteja presente na rede, uma vez que esta desempenha um papel fulcral na procura de informação¹². Marshall McLuahn afirma que “o meio é a mensagem”, numa generalização que realça o quanto o meio é importante para a transmissão da mensagem, de tal forma que as condições que este apresenta a podem até alterar¹³.

A edição *online* do Porto Canal teve início em 2006, passando por uma alteração em 2010, altura em que André Arantes assume a coordenação desta área. O *site* é alvo de atualização permanente, contando com conteúdos noticiosos em suporte de texto, vídeo e imagem. Para além da função informativa, o *site* serve também de suporte aos conteúdos do Canal, apresentando online vários conteúdos da grelha de programação. Atualmente, é inegável a relevância do *site* como cartão-de-visita aos conteúdos Porto Canal.

A gestão de conteúdos do *site* é assegurada por um editor online, que tem como função atualizar permanentemente o conteúdo informativo, alojar *online* os conteúdos produzidos pelo Canal, com vista à manutenção dos espaços destes no site e ao cumprimento de compromissos publicitários, para além de idealizar projetos a serem

¹¹ <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm>

¹² <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-da-implementacao-a-estagnacao.pdf>

¹³ Marshall McLuahn e Quentin Fiore, 1967, *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*, Harmondsworth

desenvolvidos em prol do enriquecimento da informação disponível no *site* ou que melhorem a acessibilidade e a navegabilidade do utilizador do mesmo.

O web jornalismo assume toda a sua força a partir da primeira década do século XXI. Contudo, trata-se de um subgénero do jornalismo, que, apesar de rico em potencialidades, sofre de falta de investimento e credibilização por parte dos grandes grupos de *media*. Segundo Hélder Bastos, “o ciberjornalismo português não conseguiu, pois, afirmar-se em pleno nestes primeiros doze anos, não tendo conseguido investir em meios técnicos suficientes e, sobretudo, em meios humanos.” (2012;10). Daí a importância do investimento em plataformas que permitam ao jornalista ou técnico de multimédia manipular conteúdos *online*, com recurso a plataformas de autor que simplifiquem a gestão de conteúdos alojados em portais. O *BackOffice* trata-se disso mesmo: resume-se a uma plataforma de gestão de conteúdos *online* onde é possível editar os conteúdos presentes em todas as secções do *site*, alojar vídeo, imagem e texto. É através desta plataforma que o *site* do Porto Canal é atualizado permanentemente, com recurso a apenas uma pessoa. A particularidade deste tipo de plataformas reside no facto de o editor não necessitar de possuir competências de programação para a web no desempenho das suas funções.

2.5.2 *Feed Lusa*

Através deste *feed de* notícias, fornecido pela Agência Lusa, alojado na aplicação de gestão do *site*, o *BackOffice*, é possível ao editor selecionar as notícias que pretende partilhar no *site*, tendo a possibilidade de as alojar com diferentes níveis de destaque e em diferentes secções do mesmo.

Este *feed* é fornecido através da celebração de um contrato de prestação de serviços entre a agência noticiosa e o Porto Canal. Desta forma, é otimizado o tempo e os recursos humanos da redação, uma vez que são reduzidos os recursos dedicados à busca de informação, de matéria noticiosa, e também o tempo dedicado à construção e tratamento de notícias. Na sociedade da informação, a rapidez e a eficiência na procura da informação são fulcrais ao sucesso da atividade jornalística, onde esta ferramenta (*feed Lusa*) assume um papel essencial para o funcionamento da redação.

2.5.3 Infografismo

Layan Eloise afirma que “infografia é um processo de escrita da informação. O termo é de facto uma junção da expressão americana ‘information graphic’, inventada nos anos oitenta, a traduzir por ‘grafismo da informação’ ” (2012: 7)¹⁴. Devido à crescente popularidade do infografismo nos meios de comunicação social, e tirando partido das vantagens da multimédia, foi-me proposto desenvolver infografias, com a finalidade de criar um espaço dedicado a esse conteúdo no *site*.

Numa primeira fase, foi decidido realizar uma abordagem através de *HTML5* para a criação de uma infografia dinâmica sobre os incêndios que assolaram o território português este verão. Atualmente, a grande parte das infografias dinâmicas produzidas para a web são criadas com recurso a *Flash*, mas, como este formato não é lido pela totalidade dos dispositivos móveis, foi preterido face ao *HTML5*. No entanto, esta nova linguagem de programação ainda não é aceite por todos os navegadores, o que impede a acessibilidade ao conteúdo. Assim sendo, nos projetos seguintes foi decidido recorrer à infografia estática. (Anexo IV)

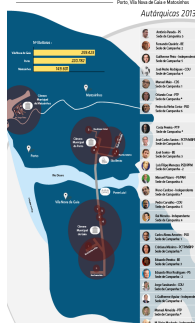


Maria Luís Albuquerque e as SWAP

Infografia sobre a polémica das SWAP desde 2 de julho de 2013 a 17 de Setembro de 2013. Elaborada a partir da pesquisa de notícias nos *media* nacionais, obviamente relacionadas com este caso. Recurso a ícones e pictogramas, baseando-se numa *timeline*.

¹⁴ Traduzido do original “*le infographie est un procédé d’écriture de l’information. Le terme est en fait une contraction de l’expression américaine «information graphic» inventé dans les années 80. A traduire par «graphisme d’information»*”.

Termómetro Eleitoral



Termómetro Eleitoral

O tema desta infografia é a proximidade das sedes de campanha dos candidatos às eleições autárquicas nos municípios do Porto, Matosinhos e Gaia. Para a sua elaboração, contactei via telefone as principais Concelhias dos partidos, de forma a saber a localização exata destas. Trata-se de uma infografia de base cartográfica, com recurso a ícones e pictogramas.

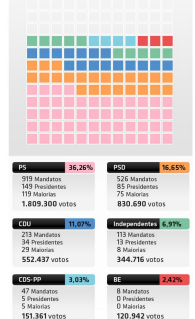
Cobertura Autárquicas



Cobertura Autárquicas – Porto Canal

Infografia elaborada para publicitar o especial informativo dedicado às eleições autárquicas 2013. Nela, são realçados os pontos geográficos onde se encontram equipas do Canal, assim como os principais responsáveis pela edição. Caracteriza-se pelo recurso a base cartográfica, iconografia e gráficos.

RESULTADOS NACIONAIS



Resultados Nacionais

Trata-se de uma infografia dedicada aos resultados eleitorais. Recorre a um gráfico principal, que tem por função destacar o peso de cada um dos partidos nos resultados finais. Para a sua elaboração, utilizei dados divulgados no *site* dedicado às autárquicas 2013¹⁵. A partir desta infografia, foi definido o *layout* a utilizar nas infografias seguintes.

AUTÁRQUICAS 2013



Principais Mudanças

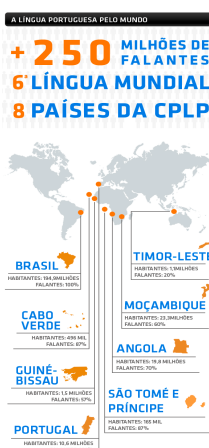
Infografia dedicada às principais mudanças decorrentes das eleições autárquicas 2013. Recorri à iconografia e os dados são provenientes do *site* das autárquicas 2013.

¹⁵ www.autarquicas2013.pt



Moçambique Crise Política/Guerra Civil

Esta infografia é dedicada à crise política atravessada por Moçambique. Esta crise atingiu o seu pico em outubro de 2013. Elaborei, então, esta infografia com recurso a apenas iconografia. Como fontes de informação, utilizei as notícias do arquivo do Canal, assim como, fontes próprias da redação.



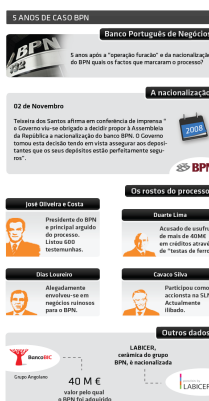
A língua portuguesa pelo mundo

Infografia dedicada à presença da língua portuguesa pelo mundo. Trata-se de uma infografia de base cartográfica, que marcou o início de um novo layout para o infografismo do Porto Canal.



Portugal/Moçambique; relação comercial

Infografia dedicada à comparação da balança comercial entre Portugal e Moçambique. São unicamente utilizados gráficos (barras ou circulares). Os dados apresentados são de fonte do Canal.



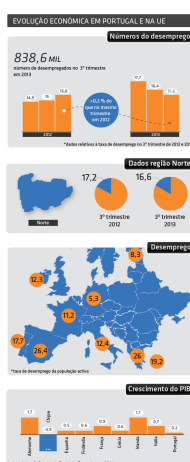
Cinco anos de caso BPN

Após cinco anos de notícias sobre o caso BPN, foi-me proposto elaborar uma infografia que compilasse todos os dados a ele relativos. Foi, então, elaborada uma infografia com recurso exclusivo a iconografia, que permitiu uma ampla exploração do caso.



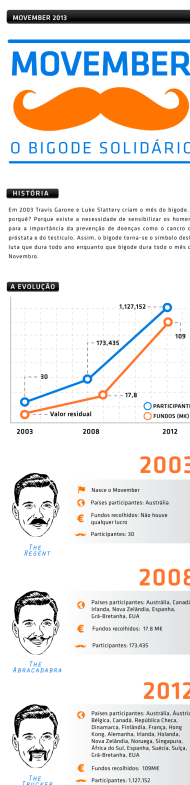
Violência doméstica

O caso de violência doméstica entre duas figuras públicas serviu de alerta para um problema real. Esta infografia teve por base o recurso à iconografia e ao uso de gráficos. Toda a informação proveio da APAV como fonte.



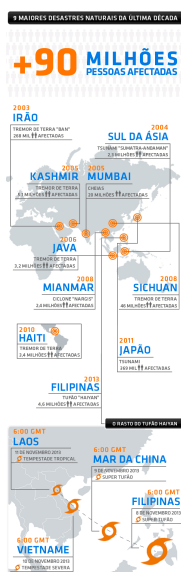
O crescimento económico em Portugal e na UE

Esta infografia surge na sequência da divulgação, pelo INE, dos dados relativos à evolução da taxa de desemprego no terceiro trimestre. Recorri ao grafismo como esquema e gráficos.



Movember

Na Austrália, um grupo de amigos criou um movimento que angaria fundos para a sensibilização sobre as doenças masculinas. Este movimento tomou em poucos anos proporções de tal forma importantes que, neste momento, é já considerado uma das ONG mais importantes do mundo. Esta infografia contém gráficos e iconografia como principais elementos.



Nove maiores desastres naturais da última década

O tufão Haiyan, que atingiu recentemente as Filipinas, esteve na base desta infografia que retrata os nove maiores desastres naturais da última década. Trata-se de uma infografia de base cartográfica, com recurso à iconografia, terminando com a apresentação do percurso do tufão Haiyan.



Rato Mickey: 85 anos de imaginário

Na contexto do octogésimo quinto aniversário do Rato Mickey, foi elaborada uma infografia com recurso a uma *timeline*, que explica a evolução da personagem.



Inquérito à Natalidade

Com base nos dados divulgados pelo INE acerca da Natalidade em Portugal, criei uma infografia que compila os principais motivos que levam os portugueses a decidirem não ter mais filhos.

2.5.4 Especial Autárquicas

A 12 de Novembro de 1976, realizaram-se as primeiras eleições autárquicas em Portugal. De acordo com António Teixeira Fernandes, “Tem-se vindo a assistir a um crescimento das competências das autarquias. A Constituição da República Portuguesa, de 1976, consagra legalmente o poder dos municípios, remetendo para legislação ordinária a definição do quadro de exercício das suas atividades” (1994:36). Consequentemente, a importância adquirida pelas eleições autárquicas no panorama nacional traduziu-se com especial destaque no quotidiano da sociedade portuguesa.

As eleições autárquicas marcam o panorama político português e, usualmente, apresentam resultados que servem como pontos de partida para a reflexão dos principais partidos nacionais realizam, tendo em vista a sua preparação para as eleições presidenciais. A campanha autárquica de 2013 não foi exceção, pelo que o Porto Canal apresentou uma cobertura das campanhas nas capitais de distrito mais importantes do Norte do país. Foram organizados debates com os candidatos a Aveiro, Braga, Porto, Viana do Castelo e Vila Real, com particular ênfase na eleição no bloco informativo “Jornal das Autárquicas”, conduzido por Fernando Tavares.

A cooperação neste projeto envolveu a criação de imagens para a divulgação dos debates via *Facebook* e a realização de infografias sobre os meios da estação envolvidos na emissão especial do dia das eleições, bem como acerca dos resultados.

Na noite das autárquicas, colaborei ainda ativamente na gestão e divulgação *online* dos resultados, juntamente com o respetivo editor, André Arantes, numa jornada que teve início às 15h do dia 29 de setembro e terminou às 02h do dia 30 de setembro.

2.5.5 Produção de Textos Jornalísticos

Apesar de não haver uma designação específica para a produção de textos para a *web*, a construção deste tipo de notícia pode inserir-se em ciberjornalismo, jornalismo digital, jornalismo *online*, jornalismo hipertextual ou jornalismo electrónico. Na sociedade moderna, o jornalista não é apenas aquele que escreve, assim como o câmara não se trata apenas de quem recolhe a imagem. Ambos se completam e consolidam o

trabalho do outro, podendo ser apenas um profissional a realizar todo o trabalho desde o acontecimento até à finalização da peça.

A partir de determinada altura, foi-me solicitado que produzisse os textos que iriam acompanhar as infografias que elaborava ou, então, para relatar notícias que fossem de especial interesse para o *site* e que nenhum dos jornalistas da redação tivesse ainda desenvolvido. Para tal, foi necessária uma adaptação pessoal em termos de escrita e correção da estrutura narrativa, de forma a responder a questões como “O quê”, “Quando” e “Onde”, tendo em conta a necessidade de trabalhar a definição da hierarquia de importância dos factos a relatar no corpo de texto. No âmbito desta atividade, afigurou-se evidente a importância da polivalência do jornalista e daqueles que colaboram na produção jornalística. (AnexoIII)

2.5.6 Telejornal de Sexta e Segunda

O Jornal de Sexta-Feira e de Segunda-Feira constituem momentos especiais nos blocos informativos do Canal. Apresentados por Júlio Magalhães, contam com a presença de vários comentadores e espaços de opinião.

No último mês de estágio, surgiu a oportunidade de colaborar na produção de conteúdos para uma mesa interativa desenvolvida pela empresa JP Sá Couto (JP Inspiring Knowledge). Esta mesa foi introduzida nestes blocos informativos com a finalidade de permitir ao apresentador e aos comentadores o recurso a ferramentas de multimédia, como forma de enriquecer o conteúdo da informação. Neste âmbito, participei no planeamento e elaboração de *Layouts* e interatividade. Tratando-se de um recurso inovador, de que nem os *media* nacionais dispõem, foi uma oportunidade única de enriquecimento e de exploração, que em muito contribuiu para a construção de uma perceção sobre o papel que a multimédia pode assumir a curto prazo nos meios de comunicação social.



Reflexão Final

O estágio é uma etapa essencial para a conclusão do primeiro ciclo de estudos no ensino superior. É através de uma primeira experiência profissional que é consolidada a formação e o conhecimento obtido durante a frequência de uma licenciatura. Marca, por isso, o princípio de um percurso, iniciado com os primeiros passos no mundo profissional com o apoio de orientadores e supervisores. Graças a este processo, o finalista tem a possibilidade de compreender melhor a sua área de formação e de construir novas bases para a sua integração futura no “espírito” de trabalho e numa estrutura funcional e hierárquica. Com efeito, foi através do estágio curricular que consegui compreender qual o espaço a preencher pelos técnicos de Comunicação Multimédia no mercado dos *media*.

Ao longo do meu percurso enquanto estudante do IPG, fui ouvindo afirmações sobre o facto de o ensino politécnico constituir uma limitação, que marca negativamente os recém-licenciados no seu percurso profissional. Tal pressuposto deve-se a características associadas aos institutos politécnicos, por se tratarem, geralmente, de instituições de menor dimensão, que na sua grande maioria se estabeleceram fora dos grandes centros urbanos, com o intuito de combater a desertificação do Interior do país. Durante o estágio, convivi com vários alunos proveniente de outras instituições, desde estabelecimentos públicos a estabelecimentos privados, e de diversos graus académicos, e pude comprovar que, quer a nível de conhecimentos teóricos, quer a nível de competências técnicas, a qualidade do ensino no Instituto Politécnico da Guarda e, particularmente, na Escola Superior de Educação e Desporto, em nada fica atrás de instituições como a Universidade do Minho ou o ISMAI.

Ademais, é de ressaltar as vantagens que a formação em Comunicação Multimédia garante, uma vez que me senti capaz de desenvolver na plenitude a atividade jornalística e de pôr em prática os conhecimentos obtidos na área da multimédia, sendo que a combinação destas duas áreas configura uma das ferramentas mais poderosas no contexto dos *media* modernos.

Posso afirmar que o estágio foi, indubitavelmente, um passo fulcral na consolidação de conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos curriculares, essenciais no futuro profissional. Esta fase complementar da licenciatura é essencial ao desenvolvimento da capacidade de integração numa equipa, assim como para a de adaptação a uma realidade organizacional, uma vez que ser parte integrante de uma estrutura pressupõe um

conjunto de atitudes e posturas que o individuo deve aprender ou aperfeiçoar. O estágio, como uma entrada, apoiada, no mundo profissional é, sem dúvida, positivo e benéfico à formação **superior** do aluno.

Bibliografia

Livros e Artigos

Carnide, Filomena *et al* (2008). *Lesões Muscoesquelética Relacionadas com o Trabalho: Guia de Orientação para a Prevenção*. Lisboa: Direção Geral de Saúde.

Correia, João (1998). *Jornalismo e Espaço Público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Bastos, Hélder (2010). «*Da implementação à estagnação: Os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal*. » Universidade da Beira Interior. Consultado em 9/janeiro, 2013 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-da-implementacao-a-estagnacao.pdf>

Beirão, Inácio *et al* (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Lisboa: Plátano Editora.

Fernandes, António (1993). «Poder Autárquico e Poder Regional». Consultado em 12/dezembro, 2013, em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1308.pdf>.

Fernandes, Denise (2013). «Desemprego na OCDE manteve-se nos 7,9% em Outubro». Consultado em 20/dezembro, 2013, em http://economico.sapo.pt/noticias/desemprego-na-ocde-mantevese-nos-79-em-outubro_183371.html.

Layan, Eloise, (2011-2012). «Tendences des Infographies in Ligne». Université Stendhal Grenoble. Consultado em 28/dezembro,2013, em http://dumas.ccsd.cnrs.fr/docs/00/76/41/87/PDF/Layan_Eloise.pdf

McLuahn, Marshall; Fiore, Quentin (1967). *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*. New York: Random House.

Morais, Felicidade (coord.) (2013). «*Regulamento de Estágio de 1.º ciclo de Línguas e Relações Empresariais*.» . Consultado em 14 dezembro, 2013, em (http://www.utad.pt/vPT/Area2/OutrasUnidades/GAIVA/estagios/Documents/Est%C3%A1gio%20LRE%202013_2014/Regulamento_Est%C3%A1gio_LRE_2013_2014.pdf).

Villafañe, Justo (1998). *Imagem positiva: gestão estratégica da imagem das empresas*. Lisboa: Sílabo.

Outras Fontes

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2006) (<http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM2OiJtZWRpYS9kZWNPc29lcy9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvOC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjE5OikZWxpYmVyYWVhby04LWEyMDA2IjtzOj99/deliberacao-8-a2006>) (acedido em dezembro de 2013) Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social Deliberação 8-A/2006

Google (2014), *Google Maps* (<https://maps.google.com>) (acedido em novembro de 2013)

Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas, (<http://www.iapmei.pt/iapmei-art-01.php>) (acedido em dezembro de 2013).



Anexos

Lista de Anexos:

Anexo I.....	Plano de Estágio
Anexo II.....	Cronograma de Atividades
Anexo III.....	Notícias
Anexo IV.....	Infografias



Anexo I

Plano de Estágio



Anexo II

Cronograma de Atividades

Cronograma de atividades
Mês: Setembro 2013


Setembro 2013	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2
Gestão/atualização do site																															
Elaboração de Infografias																															
Edição de vídeo																															
Produção de Notícias																															
Outras atividades																															

Cronograma de atividades Mês: Outubro 2013

Setembro 2013	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2
Gestão/atualização do site																															
Elaboração de Infografias																															
Edição de vídeo																															
Produção de Notícias																															
Outras atividades																															

Cronograma de atividades
Mês: Novembro 2013

Setembro 2013	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2
Gestão/atualização do site	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Elaboração de Infográfias	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Edição de vídeo	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Produção de Notícias	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Outras atividades	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	



Anexo III

Notícias

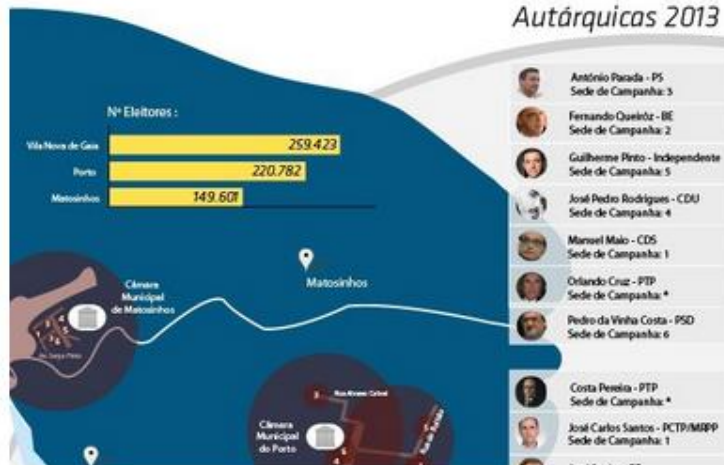


Termómetro Eleitoral - Porto, Vila Nova de Gaia e Matosinhos

Termómetro Eleitoral

Porto, Vila Nova de Gaia e Matosinhos

Autárquicas 2013



24-09-2013 12:58 | Política
Porto Canal

Gosto Uma pessoa gosta disto. Sé o primeiro entre os teus amigos.

Nas principais cidades do distrito do Porto o termómetro eleitoral está no limite. Rui Rio sai, obrigatoriamente, do Porto com a possível entrada de Menezes que atravessa o Douro, de Vila Nova de Gaia para se candidatar à câmara. Em Matosinhos Guilherme Pinto sai do PS e candidata-se sozinho contra o seu número dois, António Parada. Em Gaia Guilherme Aguiar ia sendo o número um de Menezes mas vai a votos como independente, Carlos Abreu Amorim é o candidato do PPD/PSD.

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Portas reeleito pede ajuda ao PS para fim da 'troika' e vinca sucesso da coligação

Sete distritos de Portugal Continental em alerta amarelo devido a chuva forte

Prejuízos causados pela tempestade em Matosinhos rondam os 4 ME

Portas pede ajuda ao PS para o fim do programa de assistência

Distribuição de fundos para combate a incêndios não deve perder "noção da prioridade" - Sec. de Estado

Aguardado com expectativa, têm sido escassas as informações reveladas pelos membros do Governo sobre o dossier. Maria Luís Albuquerque e Paulo Portas não se pronunciaram sobre, por exemplo, possíveis alterações ao IVA da restauração, mas o vice-primeiro ministro já assegurou que não irá haver agravamento da carga fiscal para as famílias. Palavras contrariadas por Maria Luís Albuquerque que avançou que os salários na Função Pública, acima dos 600 euros, poderão sofrer um corte de 10% já no próximo ano, tal como um corte de 15% nos subsídios do Estado.

São três os sectores nucleares onde se podem aplicar directamente as alterações: as famílias, a restauração com a possível mudança do IVA e as empresas com a anunciada alteração do IRC.

O possível programa de rescisões amigáveis na Função Pública, a aplicação de uma nova taxa de Contribuição Extraordinária de Solidariedade para as pensões acima de 7000€, a criação de uma tabela única de suplementos, o aumento do horário laboral da Função Pública, a possível alteração do IVA da restauração, o corte de 10% nos salários acima de 600€, a nova TSU sobre as pensões, a possível alteração no IVA da restauração são das alterações mais aguardadas.

No próximo dia 15 de Outubro é revelado, em definitivo, o Orçamento de Estado para 2014.



Atenção: este é um espaço público e moderado. Não forneça os seus dados pessoais (como telefone ou morada) nem utilize linguagem imprópria.

Aguardado com expectativa, têm sido escassas as informações reveladas pelos membros do Governo sobre o dossier. Maria Luís Albuquerque e Paulo Portas não se pronunciaram sobre, por exemplo, possíveis alterações ao IVA da restauração, mas o vice-primeiro ministro já assegurou que não irá haver agravamento da carga fiscal para as famílias. Palavras contrariadas por Maria Luís Albuquerque que avançou que os salários na Função Pública, acima dos 600 euros, poderão sofrer um corte de 10% já no próximo ano, tal como um corte de 15% nos subsídios do Estado.

São três os sectores nucleares onde se podem aplicar directamente as alterações: as famílias, a restauração com a possível mudança do IVA e as empresas com a anunciada alteração do IRC.

O possível programa de rescisões amigáveis na Função Pública, a aplicação de uma nova taxa de Contribuição Extraordinária de Solidariedade para as pensões acima de 7000€, a criação de uma tabela única de suplementos, o aumento do horário laboral da Função Pública, a possível alteração do IVA da restauração, o corte de 10% nos salários acima de 600€, a nova TSU sobre as pensões, a possível alteração no IVA da restauração são das alterações mais aguardadas.

No próximo dia 15 de Outubro é revelado, em definitivo, o Orçamento de Estado para 2014.



Atenção: este é um espaço público e moderado. Não forneça os seus dados pessoais (como telefone ou morada) nem utilize linguagem imprópria.

Porto Canal

A BBC News escolheu a cidade do Porto para servir de retrato à situação social e económica que Portugal atravessa. Nigel Cassidy, o jornalista que assina a notícia, mostrou-se profundamente "estupefacto". "Inúmeras lojas fechadas e quarteirões inteiros ao abandono" são o cenário descrito pelo jornalista inglês, que nas suas palavras vê o Porto a transformar-se numa "Detroit" ou "mini-Havana".

De passagem pelo bairro das Fontainhas é surpreendido por mulheres que lavam a roupa em tanques comunitários de pedra e onde a água gelada corre por um cano. "Trata-se de um país da UE e da segunda maior cidade portuguesa" e encontrar o que descreve como "o equivalente medieval de uma lavandaria" é aos olhos do jornalista, um sinal claro de que há graves dificuldades económicas numa cidade onde "cada esquina é um monumento à crise"

É apontado o sentido de oportunidade da "The Worst Tours" um serviço criado um grupo de arquitectos desempregados que visa mostrar o Porto real, "das ruas de má fama às tascas e os mercados degradados". Estes passeios mostram o impacto do programa de ajustamento "imposto pelo resgate financeiro". Sendo apenas um dos exemplos apontados. No artigo são apresentados ainda casos de empresas que lutam contra a crise e casos particulares de sujeitos que perderam o emprego e que por "força das circunstâncias" foram obrigados a regressar ao negócio de família.

O desemprego está a cair mas continua a rondar os 16% e esta visita ao Porto é descrita como uma "ilustração bastante gráfica e real do longo caminho que Portugal ainda tem que percorrer". Enquanto isso a cidade Invicta continua a "ostentar as cicatrizes" da situação que o país atravessa.




Atenção: este é um espaço público e moderado. Não forneça os seus dados pessoais (como telefone ou morada) nem utilize linguagem imprópria.

Comentários





01-11-2013 17:54 | Mundo
Porto Canal

 Like Be the first of your friends to like this.

A policia de Los Angeles evacuou o Aeroporto de Los Angeles após um tiroteio.

O tráfego aéreo encontra-se parado. Fontes policiais confirmam a existência de dois feridos, um agente policial e o alegado autor dos disparos. Os acessos ao aeroporto encontram-se bloqueados.

(Em actualização)



Por
'tro

Set
ale

Pre
Ma

Por
pro

Dis
inc
pri

Jov
aer

Pel
Aer

Porto Canal

A marca de refrigerantes "Pepsi" resolveu mostrar o seu apoio à selecção sueca através de uma campanha lançada no seu portal. No primeiro "post" feito antes do jogo da primeira mão do Portugal-Suécia, os adeptos suecos eram convidados a clicar em "gosto" numa imagem de Cristiano Ronaldo representado na forma de um boneco de pano semelhante aos utilizados em rituais de "vodu". Por cada "gosto" a marca prometia espetar uma agulha no boneco.

No dia seguinte é partilhada no site uma foto do boneco coberto de agulhas. Após a derrota frente à selecção das quinas, a marca partilha uma foto do craque português esmagado por uma lata de bebida, prometendo "voltar a tentar em casa". Toda esta campanha ganha novos contornos quando após a vitória de Portugal na segunda mão, a Pepsi partilha uma foto do jogador "amarrado" e deitado sobre uma linha de comboio.

Os adeptos portugueses não acharam piada à "brincadeira" e não tardaram a manifestar-se nas redes sociais, surgindo diversos apelos ao boicote à marca de bebidas. A página "Nunca mais vou beber Pepsi" já conta com 30,097 "gostos." Entretanto os protestos na página oficial da Pepsi Portugal também não tardaram.

Entretanto a marca já emitiu um pedido de desculpas na sua página do facebook.



Atenção: este é um espaço público e moderado. Não forneça os seus dados pessoais (como telefone ou morada) nem utilize

Porto Canal

Nicolás Maduro, presidente da Venezuela, anunciou ter assinado um decreto em que antecipa a celebração do Natal para Novembro.

O presidente afirma que a sua intenção é "dar ânimo" ao povo Venezuelano e que vê nesta medida uma forma de "travar a violência" e os distúrbios. Afirma ainda que "não há nada como um cântico de Natal".

A Venezuela atravessa uma grave crise socioeconómica e segundo um relatório do Banco Central há diversos produtos essenciais que começam a faltar nas prateleiras dos supermercados. Maduro receia que esta crise ponha em causa a revolução bolivariana e joga com as emoções da população venezuelana, tendo há dias mostrado na televisão nacional uma suposta imagem onde a Hugo Chávez tinha aparecido a um grupo de operários que trabalhava na escavação de um túnel no bairro Libertador de Caracas.

Celebrado a 25 de Dezembro, por determinação do Papa Libério em 354, o Natal cristão celebra o nascimento de Jesus Cristo. O presidente da Venezuela decidiu antecipar esta data como forma de "derrotar a amargura" que afecta o país.

No mês passado Maduro criou a secretaria de Estado da Felicidade sem dar uma justificação política para a medida.



Atenção: este é um espaço público e moderado. Não forneça os seus dados pessoais (como telefone ou morada) nem utilize linguagem imprópria.

Com
Chá

Pres
tirar



GNR vitima de ataque cardíaco após manifestação

22-11-2013 16:11 | País
Porto Canal

Gosto Sê o primeiro entre os teus amigos a gostar disto.

Um militar da GNR natural de Marmeleiro, concelho da Guarda, faleceu após ter estado presente na manifestação desta quinta-feira em frente ao parlamento, avança o jornal "A Guarda".

O militar, de 44 anos, foi vitima de uma paragem cardíaca e caiu inanimado em plena rua. Encontrava-se acompanhado por um irmão, também militar, e cumpria serviço na zona de Lisboa.



Atenção: este é um espaço público e moderado. Não forneça os seus dados pessoais (como telefone ou morada) nem utilize linguagem imprópria.

0 comentários



Iniciar o debate...

ÚLTIMAS

Portas reele 'troika' e vin

Sete distrito alerta aman

Prejuizos ca Matosinhos i

Portas pede programa d

Distribuição incêndios nã prioridade"

RELACIONADAS

...



Anexo IV

Infografías

Maria Luís Albuquerque

Caso das Swap



02 de Julho

Maria Luís Albuquerque toma posse como ministra das Finanças, num dia marcado pelo pedido de demissão de Paulo Portas.

03 de Julho



EDP

Marido de Maria Luís Albuquerque é contratado pela EDP. O ex-jornalista, dispensado do Diário Económico, assume funções de consultor na empresa que a mulher privatizou.

23 de Julho

Pedro Rodrigues Felício afirma aos deputados ter informado, através de email, Maria Luís Albuquerque sobre as perdas potenciais destes contratos tóxicos.



EMAIL

30 de Julho

Vitor Gaspar afirma que Maria Luís Albuquerque conhecia «em profundidade» a questão das swap.

01 de Agosto



METRO PORTO

Costa Pina acusa Maria Luís Albuquerque de omitir informação. Ex-secretário de Estado do Tesouro mantém o que disse na comissão de inquérito aos swaps.

09 de Agosto

O ex-ministro das Finanças, Teixeira dos Santos, garantiu que nunca deu concordância aos 'swap' para baixar artificialmente o défice propostos pelo Citigroup.



CITIGROUP

16 de Setembro



EP

Almerindo Marques, ex-presidente da Estradas de Portugal, assegurou que a "luz verde" foi dada pela atual ministra das Finanças enquanto responsável de uma agência estatal.

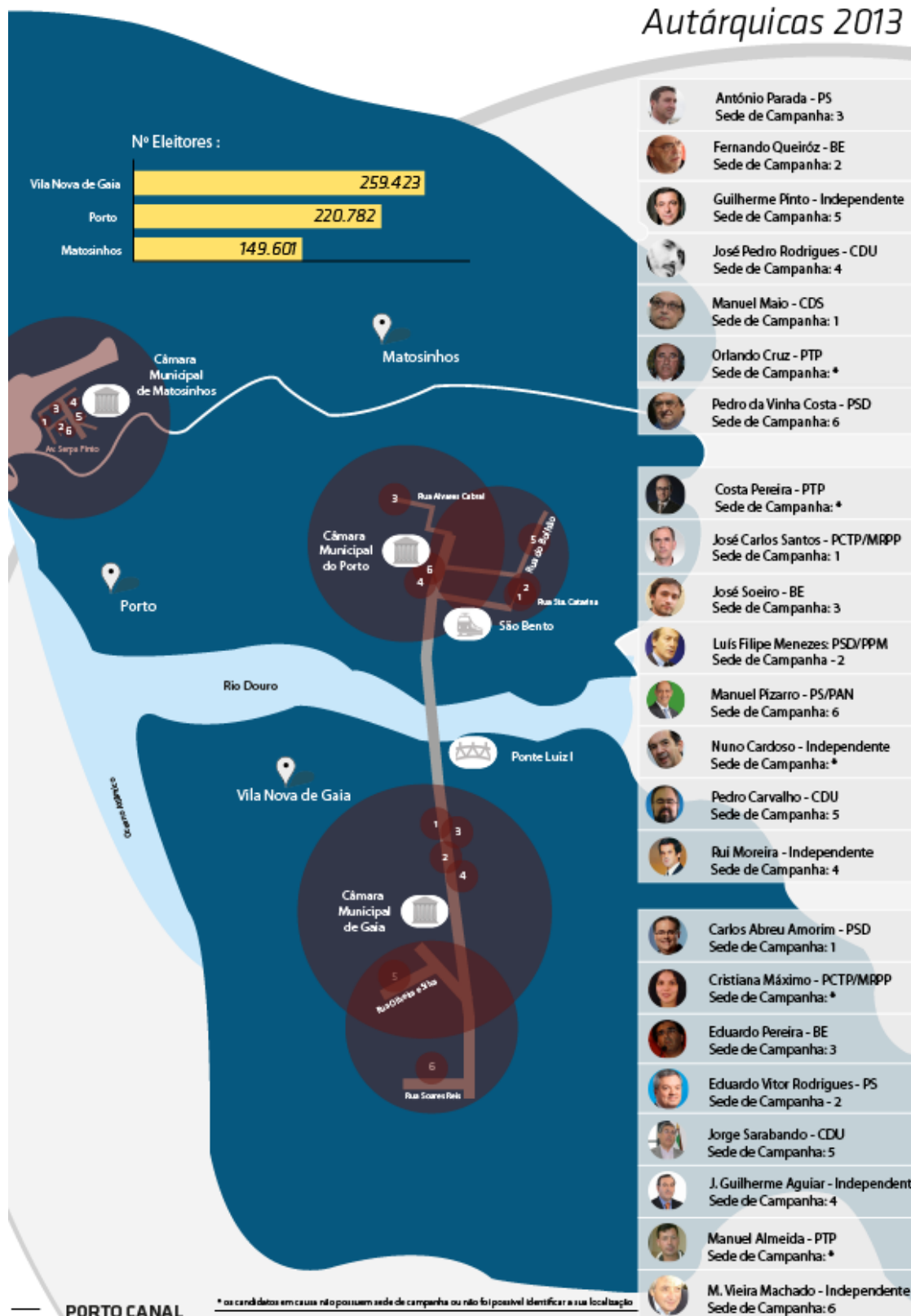
17 de Setembro

Ministra das Finanças desmente Almerindo Marques e garante que " as condições dos swaps oferecidas pelo banco financiador não eram conhecidas do IGCP".

Termómetro Eleitoral

Porto, Vila Nova de Gaia e Matosinhos

Autárquicas 2013



Cobertura Autárquicas

Porto Canal



Distribuição das equipas



Sede:

Apresentação: Júlio Magalhães Fernando Tavares	Coordenação: Domingos de Andrade Vanda Balieiro	Apoio à Coordenação: Alexandra Martins	Online: André Arantes	Produção: Daniela Rocha Milene Fernandes Sara Barbosa
---	--	--	---------------------------------	---

Porto:

Cobertura Autárquica
 Ana Rita Basto
 Carla Ascensão
 Pedro Carvalho da Silva
 Repórteres de Imagem

Vila Nova de Gaia

Cobertura Autárquica
 Humberto Ferreira
 Eduarda Pires
 Repórteres de Imagem

Matosinhos

Cobertura Autárquica
 Mariana d'Orey
 Carina Sousa
 Repórteres de Imagem

Cobertura regional - Tâmega
 António Nobre
 Paul Mckeown

Aveiro:

Cobertura regional - Aveiro
 Maryline Almeida
 Repórter de Imagem

S. João da Madeira/Sta. Maria da Feira

Cobertura regional
 Daniela Assunção
 Hugo Valentim

Braga:

Cobertura regional
 Ana Leite
 Andreia Abreu
 Henrique Rocha

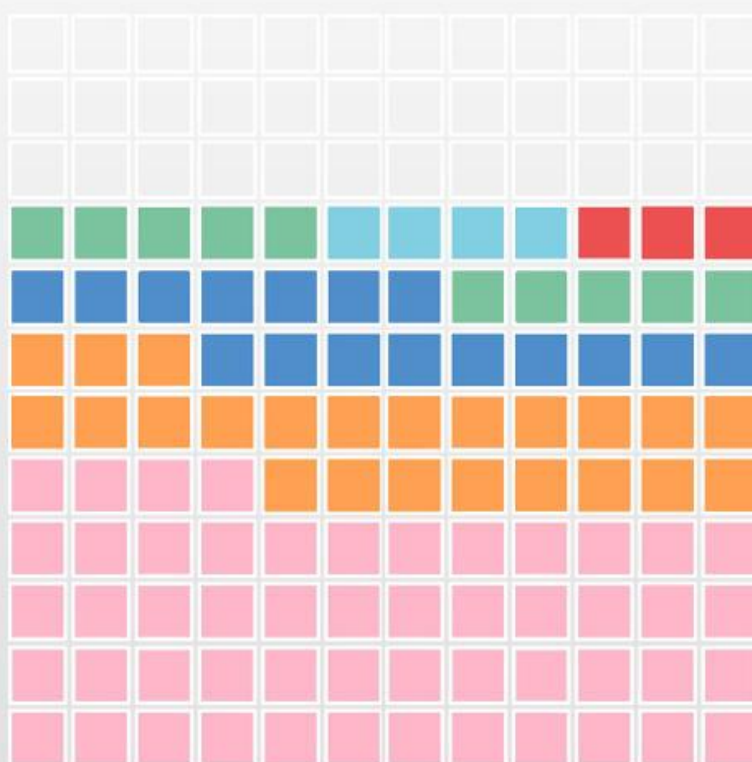
Alto Minho

Cobertura regional
 Andreia Fernandes
 José Ribeiro

Trás-os-Montes

Cobertura regional
 Patrícia Canelas
 João Rodrigues

RESULTADOS NACIONAIS



PS 36,26%

919 Mandatos
149 Presidentes
119 Maorias
1.809.300 votos

PSD 16,65%

526 Mandatos
85 Presidentes
75 Maorias
830.690 votos

CDU 11,07%

213 Mandatos
34 Presidentes
29 Maorias
552.437 votos

Independentes 6,91%

113 Mandatos
13 Presidentes
8 Maorias
344.716 votos

CDS-PP 3,03%

47 Mandatos
5 Presidentes
5 Maorias
151.361 votos

BE 2,42%

8 Mandatos
0 Presidentes
0 Maorias
120.942 votos

AUTÁRQUICAS 2013

ONDA INDEPENDENTE



Num país habituado a ver o mapa político “pintado” de laranja e rosa, os movimentos de cidadãos deixam uma nova marca no plano autárquico nacional em 2013. Conquistam 13 municípios, entre eles o do Porto, onde foi eleito Rui Moreira.

Porto



Rui Moreira conquista uma vitória histórica na cidade invicta, impondo uma “pesada” derrota a Luís Filipe Menezes.

Os números da vitória :

45.411 (votos) 6 mandatos 50.125 € (propaganda eleitoral de exterior)

Madeira



O PSD Madeira sai como um dos principais derrotados destas eleições. Perde 11 municípios de entre os quais 2 para listas independentes. Alberto João Jardim assume que se trata do “pior resultado da história do partido”.

Matosinhos



Guilherme Pinto, eleito em 2005 e 2009 presidente da autarquia pelo PS, desfilou-se do partido e vence as eleições autárquicas como independente.

Os números da vitória :

32.014 (votos) 6 mandatos

Oeiras



Paulo Vistas é eleito presidente da câmara de Oeiras pelo movimento Isaltino Oeiras Mais à Frente, sucedendo a Isaltino Morais, que está preso.

Os números da vitória :

23.071 (votos) 5 mandatos

ORÇAMENTO DE ESTADO 2014

Impacto do OE 2014

No próximo dia 15 de Outubro é revelado o Orçamento de Estado para 2014. Aguardado com grande expectativa, tem sido escassa a informação revelada pelos membros do Governo sobre o futuro do país.

Principais Alterações



As famílias:

O OE em vigor trouxe um aumento da carga fiscal sobre salários e bens. Paulo Portas garante que não haverá agravamento da carga fiscal.

Empresas: IVA

Nem Portas nem Maria Luís Albuquerque se pronunciaram sobre o IVA na restauração para o OE de 2014. Dois dos possíveis cenários:

- AHRESP aconselha descida de 23 % para 13%.
- descida na alimentação para 13% e manutenção do IVA a 23% nas bebidas (distinção de produtos).

Empresas: IRC

A baixa do IRC deverá ser uma das propostas para o Orçamento de Estado 2014. É defendida uma baixa deste imposto de 25% para 17% até ao fim de 2018. No entanto para 2014 a comissão liderada por Lobo Xavier defende um recuo imediato para 23%.

*CES: Contribuição Extraordinária de Solidariedade

ORÇAMENTO DE ESTADO 2014

Pensões de sobrevivência

A "condição de recurso" para as pensões de sobrevivência será prestada por quem receba pensões acima de 2000 euros, anunciou o vice-primeiro-ministro, Paulo Portas. "A opção do Governo foi: até 2000 euros as pessoas estão isentas", afirmou Paulo Portas.

Os cortes em detalhe



	Caixa Geral de Aposentações	RG Segurança Social*
Até 2000€	não sofre alteração	não sofre alteração
2000/2250€	44%	54%
2250/2500€	43%	51%
2500/2750€	40%	48%
2750/3000€	38%	45%
3000/4000€	34%	41%
Mais de 4000€	33%	39%

O que não entra

Isentos dos cortes previstos nas pensões de sobrevivência ficam:



*RG - Regime Geral **morte devido a combate militar

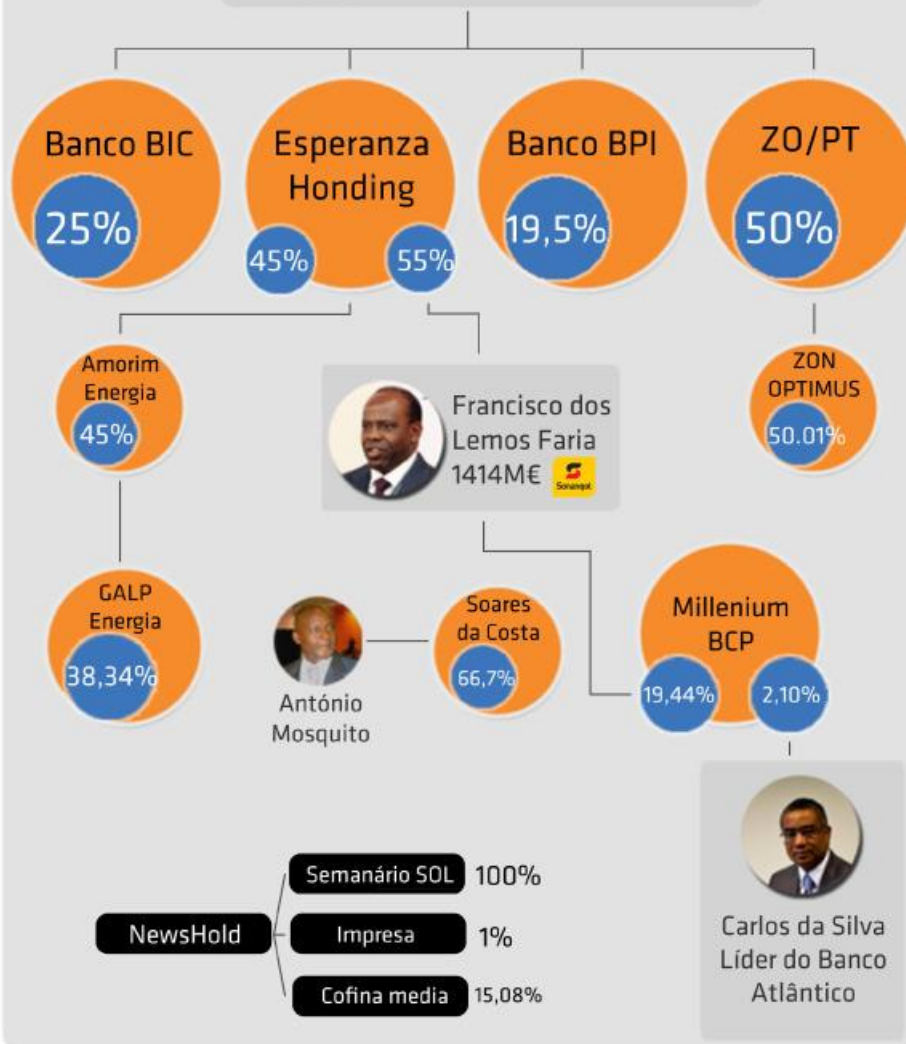
NEGÓCIOS ANGOLANOS NA BOLSA PORTUGUESA

O presidente angolano, José Eduardo dos Santos, considerou que o clima político actual da relação entre Portugal e Angola não aconselha à construção da parceria estratégica entre os dois países. Rui Machete, aquele que começou o “embaraço”, já se mostrou preocupado. Manuel Alves, economista angolano, já afirmou que quem mais perde com o fim da parceria estratégica é Lisboa.

Principais investidores :



Isabel dos Santos, possui investimentos no valor de 1747M€ em Portugal



CONTESTAÇÃO SINDICAL ÀS MEDIDAS DO OE 2014

A 25 de Outubro começam 15 dias de contestação das empresas de transportes colectivos às medidas do Orçamento de Estado para 2014. Estão em causa as reduções salariais, a redução das indemnizações compensatórias e a concessão das empresas públicas de transporte a privados, entre outras medidas previstas no OE 2014.

Greves agendadas:

A 25 de Outubro manifestam-se os funcionários dos CTT

25 Greve dos CTT



Metro Lisboa

31

31 de Outubro paralização na Metro Lisboa

03 de Novembro paralização na Transtejo e Soflusa

03 Transtejo | Soflusa



TCB | REFER

06

06 de Novembro greve dos trabalhadores da REFER e TCB*

07 de Novembro greve dos trabalhadores da Carris, STCP e CP

07 Carris | STCP | CP



Função Pública

08

08 Novembro greve nacional da Função Pública

09 de Novembro: culminar de 15 dias de contestação das empresas de transportes colectivos com uma manifestação geral

09 Manifestação geral dos transportes

*Transportes Colectivos do Barreiro

Greves agendadas até 22 de Outubro

MOÇAMBIQUE: CRISE POLÍTICA/GUERRA CIVIL

Principais incidências



25 de Outubro - Armindo Milaco deputado da RENAMO morre em ataque à base do movimento militar por parte do exército moçambicano

1992 - Assinado em Roma o tratado de paz entre a RENAMO e a FRELIMO

1 de Outubro 2012

Dhalakama ameaça Governo moçambicano



4 de Outubro 2012

O presidente de Moçambique elogia Afonso Dhalakama



23 de Outubro 2012

RENAMO exige a formação de um Governo de salvação nacional



3 de Janeiro 2013

RENAMO denuncia um plano de assassinato do seu líder



2 de Abril 2013

RENAMO preparada para a guerra contra a "arrogância do Governo"



20 de Junho 2013

Circulação rodoviária e ferroviária impedida



8 de Outubro 2013

RENAMO suspende negociações com o Governo



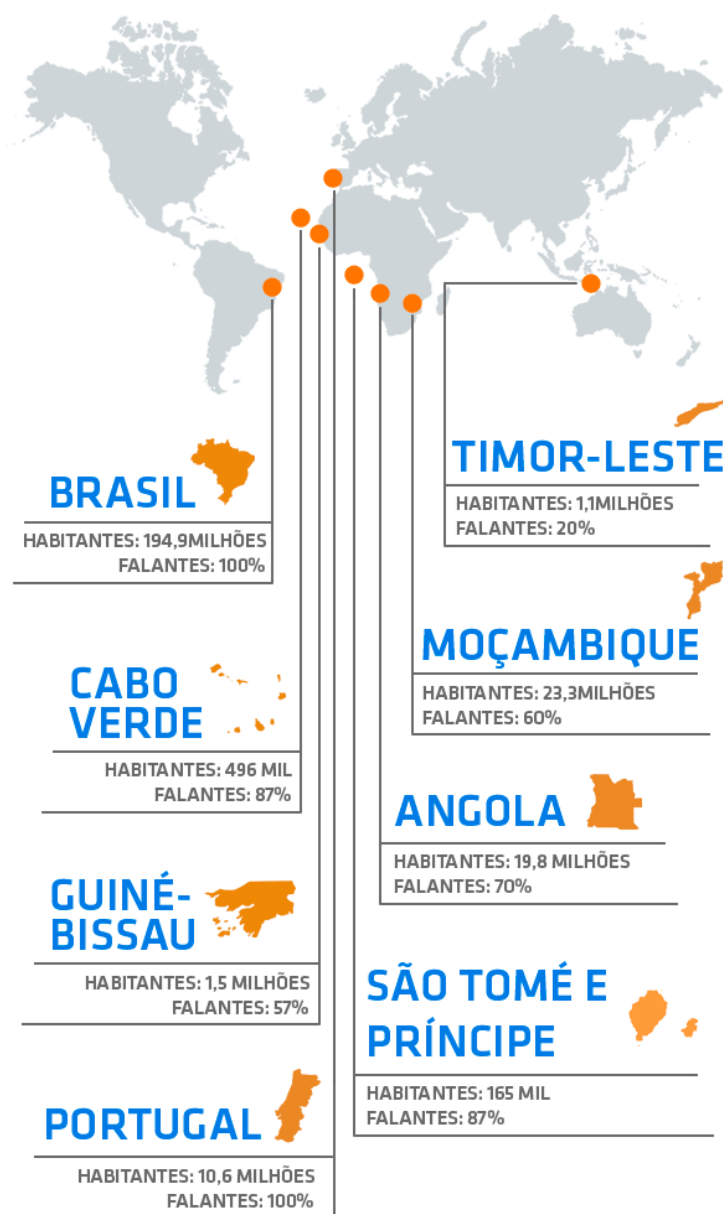
21 de Outubro 2013

Exército moçambicano acusado de "tomar" a resistência da RENAMO



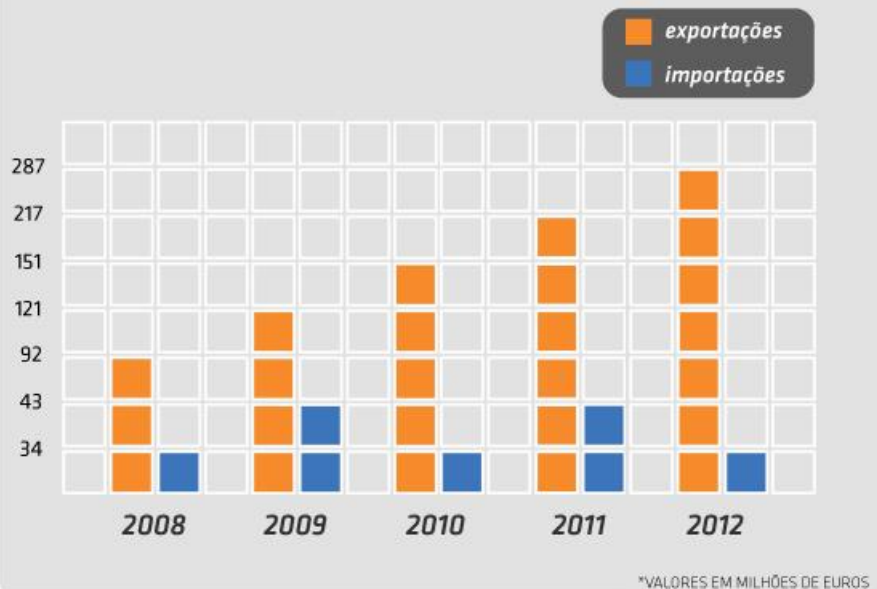
A LÍNGUA PORTUGUESA PELO MUNDO

+ 250 MILHÕES DE FALANTES
6ª LÍNGUA MUNDIAL
8 PAÍSES DA CPLP

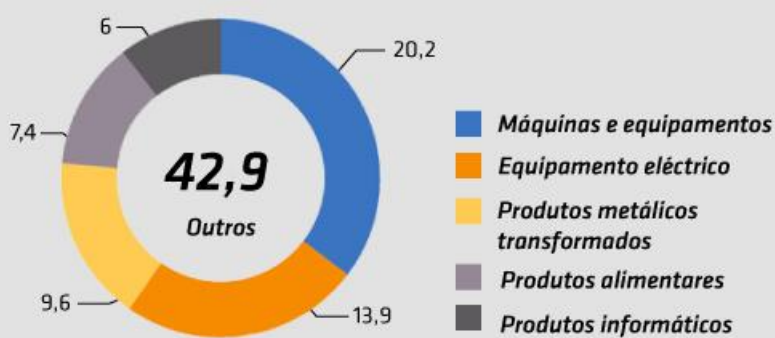


PORTUGAL/MOÇAMBIQUE: RELAÇÃO COMERCIAL

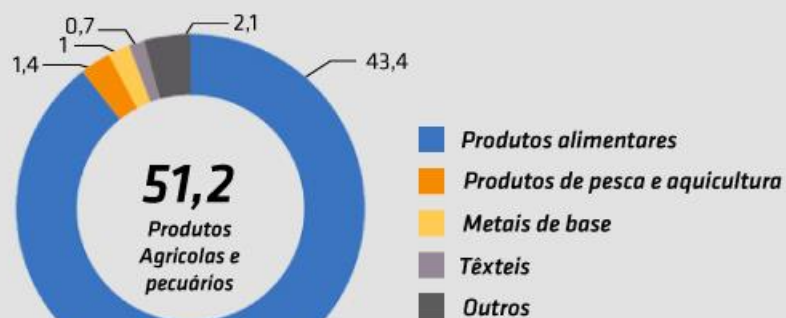
Balança Comercial em MZ:



Importações de PT para MZ



Importações de MZ para PT



5 ANOS DE CASO BPN

Banco Português de Negócios



5 anos após a “operação furacão” e da nacionalização do BPN quais os factos que marcaram o processo?

A nacionalização

02 de Novembro

Teixeira dos Santos afirma em conferência de imprensa “o Governo viu-se obrigado a decidir propor à Assembleia da República a nacionalização do banco BPN. O Governo tomou esta decisão tendo em vista assegurar aos depositantes que os seus depósitos estão perfeitamente seguros”.



Os rostos do processo

José Oliveira e Costa



Presidente do BPN e principal arguido do processo. Listou 600 testemunhas.

Duarte Lima



Acusado de usufruir de mais de 40M€ em créditos através de “testas de ferro”.

Dias Loureiro



Alegadamente envolveu-se em negócios ruinosos para o BPN.

Cavaco Silva



Participou como accionista na SLN. Actualmente ilibado.

Outros dados



Grupo Angolano

40 M €
valor pelo qual
o BPN foi adquirido

LABICER,
cerâmica do grupo
BPN, é nacionalizada

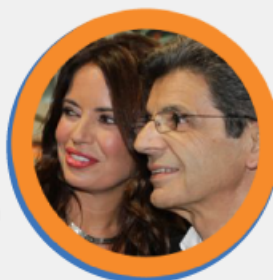


VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

Bárbara Guimarães e Manuel Maria Carrilho

Caso mediático “alerta” para um problema real

O último caso de violência doméstica entre personalidades mediáticas alerta para uma problemática esquecida. Os números recolhidos pela APAV reflectem uma tendência preocupante.



Violência doméstica em números

20311

Número de crimes de violência doméstica registados em 2012

2010 | 2012

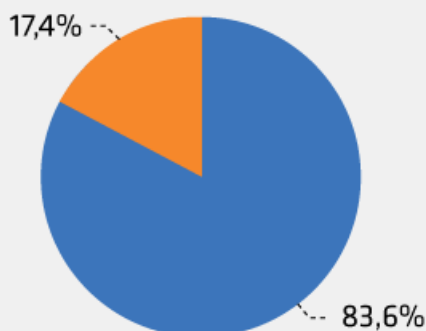
+8,4% de processos



+29%

de vítimas directas nos últimos 2 anos

Criminalidade em 2012



- Crimes de violência doméstica
- Outro tipo de criminalidade

Perfil da Vítima

- 81,1% sexo feminino
- 28,6% entre os 25 e 24 anos
- 36% casada
- 42,8% família nuclear com filhos
- 7% frequentou curso superior
- 32,6% empregada

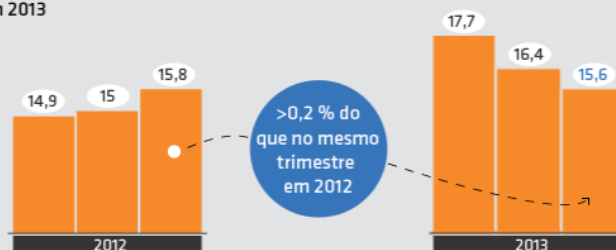
*dados: APAV

EVOLUÇÃO ECONÓMICA EM PORTUGAL E NA UE

Números do desemprego

838,6 MIL

número de desempregados no 3º trimestre em 2013

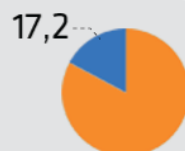


*dados relativos à taxa de desemprego no 3º trimestre de 2012 e 2013

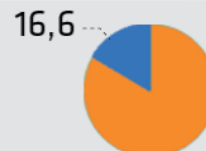
Dados região Norte



Norte

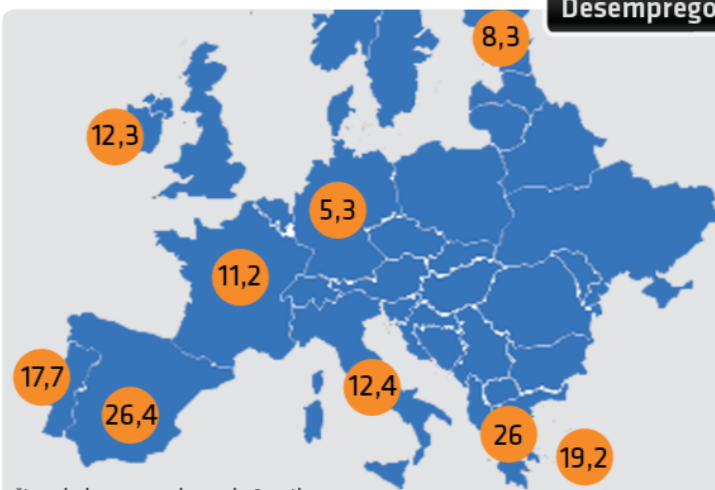


3º trimestre 2012



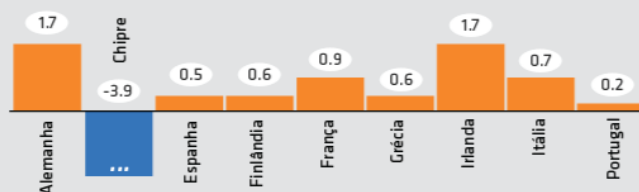
3º trimestre 2013

Desemprego



*taxa de desemprego da população activa

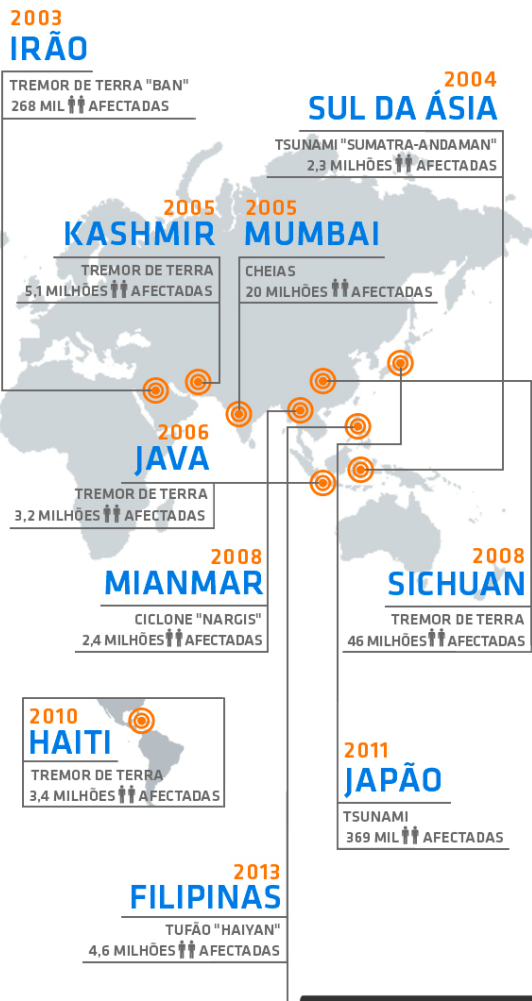
Crescimento do PIB



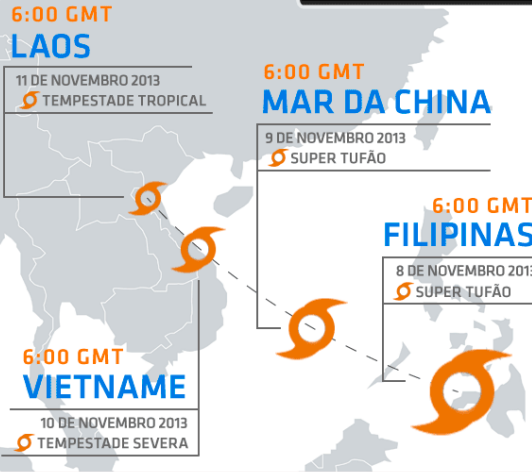
*previsões de Outono da Comissão Europeia para 2014

9 MAIORES DESASTRES NATURAIS DA ÚLTIMA DÉCADA

+90 MILHÕES
PESSOAS AFECTADAS



O RASTO DO TUFÃO HAIYAN





RATO MICKEY 85 ANOS DE IMAGINÁRIO

1928 Walt Disney e Ub Iwerks criam Mickey

Oswald



Mickey



Em ruptura com o projecto "Oswald The Lucky Bunny" Walt Disney e Iwerks criam Mickey, o rato mais famoso do cinema

1938

A nova vida e o ingresso no mundo das cores


Mickey passa a vestir calções vermelhos e a possuir rosto pálido, mas a transição para o mundo das cores trouxe pouco tempo depois a adição de pupilas e cor ao rosto do boneco



1940 A nova vida e o ingresso no mundo das cores

Fantasia/Fantasia marca a estreia do rato Mickey no grande ecrã. Numa produção do pós-guerra Mickey conquista aqui um marco da sua história, a sequência do filme lançada em 1939, pela mão de Roy Disney, sobrinho de Walt Disney.


1940



2006 A chegada ao novo milénio e a animação digital

Depois de 68 anos sem mudar de aparência Mickey entra no mundo da animação digital. O novo programa "Mickey Mouse Clubhouse".

2006



MOVEMBER 2013

MOVEMBER

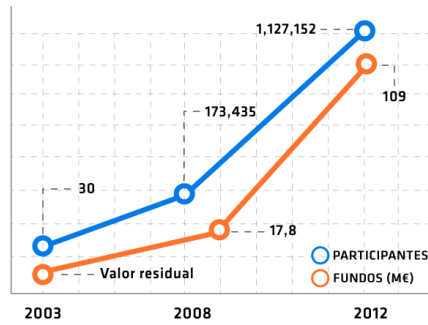


O BIGODE SOLIDÁRIO

HISTÓRIA

Em 2003 Travis Garone e Luke Slattery criam o mês do bigode. E porquê? Porque existe a necessidade de sensibilizar os homens para a importância da prevenção de doenças como o cancro da próstata e do testículo. Assim, o bigode torna-se o símbolo desta luta que dura todo ano enquanto que bigode dura todo o mês de Novembro.

A EVOLUÇÃO



2003



THE REGENT

- Nasce o Movember
- Países participantes: Austrália
- Fundos recolhidos: Não houve qualquer lucro
- Participantes: 30

2008



THE ABRACADABRA

- Países participantes: Austrália, Canadá, Irlanda, Nova Zelândia, Espanha, Grã-Bretanha, EUA
- Fundos recolhidos: 17,8 M€
- Participantes: 173,435

2012



THE TRUCKER

- Países participantes: Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, República Checa, Dinamarca, Finlândia, França, Hong Kong, Alemanha, Irlanda, Holanda, Nova Zelândia, Noruega, Singapura, África do Sul, Espanha, Suécia, Suíça, Grã-Bretanha, EUA
- Fundos recolhidos: 109M€
- Participantes: 1,127,152

INQUÉRITO À NATALIDADE

2013 as condicionantes à natalidade

O que leva as famílias portuguesas a não ter ou não terem mais filhos?

